

# **Etudes et Recherches**

**TELEPHONE COMMUNICATION  
ET SOCIETE**

**Recherche sur l'utilisation  
domestique du téléphone**

**Laboratoire associé au C.N.R.S. n 314  
E.N.T.P.E. - Université Lyon II  
rue Maurice Audin  
69120 - VAULX-EN-VELIN**

**Programme Science - Technologie - Société  
Centre National de la Recherche Scientifique**

**Gérard CLAISSE  
Thierry VERGNAUD**

**Avec la collaboration de Frantz ROWE**

**TELEPHONE COMMUNICATION  
ET SOCIETE**

**Recherche sur l'utilisation  
domestique du téléphone**

**Octobre 1985**

## **REMERCIEMENTS**

**De nombreuses personnes ont contribué momentanément et de manière diverse à la réalisation de cette étude ; qu'elles trouvent par la simple évocation de leur nom l'expression de notre sincère reconnaissance : A. Bonnafous, R. et D. Calligaro, M. de L. Diaz Olvera, D. Mignot, P. Perrin, F. Plassard, D. Plat, sans oublier l'ensemble des enquêtés.**

## SOMMAIRE

	page
<u>INTRODUCTION</u> .....	7
1 - Problématique et hypothèses .....	8
2 - Le champ d'investigation .....	9
3 - De la méthode à l'enquête .....	10
4 - De l'intérêt des petits échantillons à la représentativité .....	14
5 - Des objectifs au contenu de l'étude .....	17
 <u>CHAPITRE I - LE TRAFIC TELEPHONIQUE DOMESTIQUE</u> .....	19
I - LE TRAFIC DOMESTIQUE A TRAVERS L'ESPACE ET LE TEMPS ..	21
1 - Un trafic résidentiel .....	21
2 - Un trafic de proximité .....	22
3 - Un trafic bref .....	25
4 - Un trafic rythmé par le mode de vie .....	26
II - AU BOUT DU FIL : LES CORRESPONDANTS .....	29
1 - Un trafic principalement familial et amical .....	30
2 - Le temps des correspondants .....	31
3 - L'espace des correspondants .....	33
4 - Caractéristiques du trafic selon les correspondants	39
III - AU COEUR DES COMMUNICATIONS : LES MOTIFS .....	43
1 - Une problématique : réduire la complexité sauvegarder le sens .....	43
2 - Les fonctions du téléphone .....	47
3 - Vers une typologie des motifs .....	50



IV - SUR LE RESEAU DES PRATIQUES, UNE PROBLEMATIQUE .....	62
1 - Des pratiques différenciées selon le type de correspondant .....	62
2 - Une problématique de l'utilisation domestique du téléphone .....	65
CONCLUSION .....	79
 <u>CHAPITRE II - LES PRATIQUES TELEPHONIQUES DES MENAGES</u> .....	85
I - EQUIPEMENT TELEPHONIQUE ET REPRESENTATIONS SOCIALES .....	86
1 - L'équipement téléphonique : simplicité et accessibilité .....	86
2 - Les motifs d'abonnement : de la différenciation à la banalisation .....	87
3 - Les représentations du téléphone .....	91
II - LA CONSOMMATION TELEPHONIQUE DES MENAGES .....	95
1 - Une consommation assez dispersée .....	95
2 - Des dispersions de consommation aux différenciations socio-économiques .....	97
3 - Vers une typologie des ménages .....	105
III - LA STRUCTURE DES PRATIQUES TELEPHONIQUES DES MENAGES .....	112
1 - L'espace de relation téléphonique des ménages .....	112
2 - Structure selon le contenu des communications .....	116
3 - Déterminants et pratiques téléphoniques des ménages .....	123
CONCLUSION .....	128
 <u>CHAPITRE III - LES PRATIQUES TELEPHONIQUES DES INDIVIDUS</u> .....	131
I - LES NIVEAUX DE CONSOMMATION TELEPHONIQUE .....	132
1 - Une consommation dispersée .....	132
2 - Une consommation différenciée .....	134
II - LES STRUCTURES DE CONSOMMATION TELEPHONIQUE .....	163
1 - La structure physique .....	164
2 - L'espace relationnel des individus .....	170
3 - Contenu des communications et pratiques téléphoniques ...	177
4 - Des structures de représentation, des processus de valorisation .....	185
5 - Des déterminants socio-économiques aux pratiques téléphoniques .....	187
CONCLUSION .....	201

CHAPITRE IV - RESEAUX DE RELATION, SOCIABILITE ETPRATIQUES TELEPHONIQUES ..... 205

I	- LES RESEAUX TELEPHONIQUES DE SOCIABILITE .....	207
	1 - Le réseau téléphonique de relation familiale .....	207
	2 - Le réseau téléphonique de relation amicale .....	215
	3 - Le réseau téléphonique de relation de voisinage .....	220
	4 - Le réseau téléphonique de relation associative .....	221
II	- SOCIABILITE ET CONSOMMATION TELEPHONIQUE DES INDIVIDUS .....	223
	1 - Des réseaux de sociabilité aux consommations téléphoniques .....	224
	2 - Vers une typologie grossière de la sociabilité des individus .....	231
III	- SOCIABILITE ET PRATIQUES TELEPHONIQUES DES INDIVIDUS .....	239
	1 - De la sociabilité à l'espace de relation téléphonique .....	239
	2 - Les relations sociabilité - contenu des communications .....	241
	3 - Pratiques téléphoniques et formes de sociabilité .....	245
CONCLUSION .....		248
<u>CONCLUSION</u> .....		251
	1 - Téléphone et communication .....	251
	2 - Téléphone et société .....	252
	3 - (Télé)communication et société .....	254



## INTRODUCTION

L'explosion technologique des nouveaux moyens de communication, n'a d'égale que l'inflation des néologismes en tique (bureautique, vidéomatique, télématique, robotique, ...) qui en est la manifestation, le "tic" linguistique et sémantique, qui n'a elle-même d'égale que l'inflation des divers rapports, études, ouvrages, s'interrogeant sur les nouveaux contours de la société post-industrielle, informationnelle, communicationnelle ou relationnelle.

Paradoxalement, malgré l'ignorance relative du passé et la connaissance limitée du présent, les études développées sur le thème télécommunications et société restent essentiellement prospectives. L'imparfait et le présent sont balayés par le futur immédiat ou au mieux, par le conditionnel des après-demains qui chantent ou qui déchantent... Le temps des télécommunications est souvent celui de l'instantanéité de ses effets, voire de l'ubiquité prospective ; le temps passé, voire l'histoire des temps présents sont trop souvent ignorés par les apôtres d'une révolution technologique qui devrait ou qui doit changer le cours de l'histoire.

On privilégie ainsi l'étude des innovations technologiques, des innovations et des expérimentations, sociales pour développer des problématiques en termes de besoins à satisfaire ou à créer, d'évaluation des technologies ou des produits à commercialiser, de pénétration et d'impact de ces nouveaux outils. Sans nier l'intérêt et l'apport de ces approches, il nous semble que derrière cette systématique prospective se profile une certaine tendance à mettre la charrue devant les boeufs, à placer les nouvelles technologies avant la société qui sera appelée à les utiliser, à confondre les enjeux industriels et commerciaux considérables qui leur sont liés et les retombées économiques et sociales qui pourront en résulter.

Cette omniprésence du futur technologique comme moteur du devenir social, nous l'avons très nettement ressentie lors de deux études relativement prospectives auxquelles nous avons participé sur les relations "Transports-télécommunications"(1) et sur le thème "Nouvelles technologies de l'information et vie quotidienne" (2). Cette recherche se situe en aval de ces études et découle directement des limites ressenties lors de leur réalisation. Ces limites nous renvoient, pour mémoire, à quelques réflexions générales sur les principales lacunes de la socio-économie des télécommunications:

- les recherches historiques permettant d'articuler le développement des télécommunications au changement économique et social sont trop rares ;
- alors que depuis une dizaine d'années, la généralisation du téléphone pour les ménages et la pénétration de la télé-informatique dans les entreprises, constituent les tendances lourdes du développement des télécommunications, l'étude de l'utilisation tant domestique que professionnelle de ces techniques reste



très limitée ;

- enfin, l'analyse des processus d'intégration (hors processus institutionnel) des télécommunications dans l'organisation sociale et la vie quotidienne des individus est insuffisante.

Ces lacunes se traduisent par une carence tout à fait significative des principales données statistiques élémentaires que l'on serait en droit d'attendre lorsque l'on souhaite réfléchir sur ces problèmes. A l'heure où l'on ne cesse de réduire l'information, voire la communication, à des bits/seconde, on ne s'est donné presque aucun outil statistique pour évaluer le développement des télécommunications, comme si rien n'était à mesurer tant le changement serait démesuré.

Cette triple carence méthodologique (le temps dans la socio-économie des télécommunications), analytique (l'utilisation des technologies) et statistique (la production de données sur les télécommunications) explique, justifie et fonde la problématique, le champ d'investigation et la méthode retenus dans le cadre de cette recherche.

## 1 - PROBLEMATIQUE ET HYPOTHESES

La multiplication et la diversification des moyens de communication à distance ont fondé les discours sur l'avènement d'une société conviviale ou relationnelle reposant sur l'abondance communicationnelle jusqu'à présent pros- crite par l'aléa, le hasard, l'improbable, le fortuit de la communication face à face ... Les télécommunications comme secteur industriel, comme élément d'une nouvelle norme de consommation, comme technologie d'organisation du travail et comme moyen de communication, seraient ou deviendraient la "main invisible" tant recherchée de la régulation économique et sociale.

L'idéologie technicienne qui présente les télécommunications comme un système technique convivial, relationnel et décentralisateur, risque en fait de conduire à une mystification comparable à celle engendrée par les discours d'autres idéologues d'une autre époque qui attribuaient au développement des transports une efficacité économique et sociale universelle (a-spatiale), irréver- sible (a-temporelle) et indifférenciée (a sociale).

En effet, le déterminisme technologique sous-jacent dans l'ensemble de ces discours transfère sans précaution les caractéristiques techniques des télécommunications à la société qui les utilise. De même que la société industrielle devait produire l'abondance matérielle, la société "informationnelle" devrait pro- duire l'abondance communicationnelle. Par de tels raccourcis, on confond les moyens et les fins, car à l'explosion des moyens de communication ne corres- pond pas, comme par enchantement, l'abondance communicationnelle.

L'articulation technologie et société est fort heureusement plus complexe. La technologie ne tombe pas du ciel, telle la pomme sur la tête de NEWTON, elle est une production sociale et s'intègre dans le système social de manière différenciée. Ainsi, lorsque l'on s'intéresse au développement des tech- nologies de communication, il convient d'analyser quels sont les processus d'inté-

gration et d'utilisation de ces technologies dans la société.

Cette problématique repose sur trois hypothèses relatives à l'articulation technologie, communication et société :

- les télécommunications s'inscrivent dans une structure sociale différenciée plus qu'elles ne la modifient ;
- tout comme les autres technologies, les technologies de communication ne sont pas neutres par rapport au changement économique et social ; la dichotomie souvent opérée entre technologie douce (par exemple les moyens de communication) et technologie dure (par exemple les moyens de production) est trop rapide ; les télécommunications ne sont pas principalement des outils de libération de la parole, mais des prothèses permettant de gérer de nouvelles contraintes en matière de communication (urgence, éloignement, encombrement du temps, ...) ;
- la communication à distance n'est pas un simple prolongement de la communication face à face ; le développement des interfaces modifie les formes de la communication humaine ; il y a par exemple une transformation du statut de la communication par rapport à l'espace et au temps.

## 2 - LE CHAMP D'INVESTIGATION

A l'aube de la France câblée, satellisée, branchée, télématisée, nous avons pris le parti de nous intéresser au téléphone trop souvent mis au musée de la socio-économie des télécommunications pour cause d'obsolescence. Sans nier les spécificités des nouveaux services de télécommunication, nous avons fait l'hypothèse que l'analyse de l'utilisation domestique du téléphone présentait un intérêt des plus importants au regard des réflexions suivantes.

A l'exception de son utilisation professionnelle, le téléphone n'a que trop rarement été étudié. Un tour d'horizon rapide de la littérature spécialisée sur l'analyse de la communication suffit pour s'en convaincre ; la télévision, le cinéma, la presse, la radio, la publicité, y occupent une place de choix, alors que le téléphone, plus que centenaire, y est à peine évoqué. Un recensement international réalisé à l'occasion de cette étude nous a permis de constater que ce mal n'était pas qu'un mal français, puisque les études réalisées sur l'utilisation du téléphone par les individus sont, tant en Europe qu'outre Atlantique, extrêmement rares. Plusieurs raisons expliquent au moins partiellement ce manque d'intérêt :

- le développement relativement récent du téléphone en France peut expliquer cet intérêt tardif de la recherche dans ce domaine ;
- la logique de marché du téléphone dans notre pays fut une logique de demande ; lorsque la décision politique de débloquer l'offre téléphonique fut prise, la demande latente et solvable était telle que l'adéquation offre-demande ne souleva pas de problème de marketing considérable, et n'engendra donc pas d'étude ambitieuse sur ce terrain ; remarquons que la logique est actuellement toute autre puisque la logique de marché des nouveaux services est une logique de l'offre qui cherche à cerner une demande aux contours les plus flous à travers de nombreuses études et expérimentations ;



- par ailleurs, le téléphone a souvent été perçu comme une technologie douce, non polluante, sans matérialité spatiale, sans nuisance immédiate ; le téléphone comme moyen de communication est donc perçu comme transparent, voire neutre, sans effet sur l'organisation sociale et les individus qui l'utilisent.

L'absence d'étude sur l'utilisation domestique du téléphone ne saurait suffire à expliquer l'intérêt que nous lui portons. Les caractéristiques techniques et sociales du téléphone sont également intéressantes. C'est une technologie souple en ce sens qu'elle fonctionne sur un réseau peu hiérarchisé et sur une transmission verbale et interactive de l'information. C'est aussi et surtout le seul moyen de télécommunication permettant une communication interactive dont l'accès et l'usage soient socialement répandus. Enfin, il convient de remarquer que le téléphone restera, au moins pour quelque temps encore, une technologie centrale de la télématique domestique et qu'il n'est sans doute pas inutile de mieux la connaître lorsque l'on se lance dans une politique de diffusion de nouveaux services.

Ayant opté pour l'analyse de l'utilisation domestique du téléphone, il restait à définir le terrain d'étude. Nous l'avons restreint compte tenu des moyens dont nous disposions à l'agglomération lyonnaise et à une population de ménages purs abonnés. La première restriction est plus subtile que souhaitée ; s'il n'était pas question de réaliser notre observation sur un échantillon représentatif de la population française, il était au moins initialement prévu de pouvoir confronter au sein d'une même circonscription téléphonique les comportements d'individus localisés dans des espaces différenciés (urbain, péri-urbain, rural). L'équation définitive financement/dépenses ne l'ayant pas permis, nous nous sommes limités à l'observation des pratiques téléphoniques d'un échantillon d'individus résidant dans l'agglomération lyonnaise. Il est donc important de retenir que l'étude qui suivra portera sur l'analyse de l'utilisation domestique du téléphone dans une agglomération millionnaire qui induit des modes de vie spécifiques.

La deuxième restriction (étude des pratiques de ménages purs abonnés) est par contre tout à fait volontaire. Si nous limitons l'analyse aux seuls ménages abonnés, c'est que nous faisons l'hypothèse que si l'équipement différentiel des ménages est un indicateur de l'inégalité face aux télécommunications, il n'est pas déterminant dès lors que l'on arrive à un taux d'équipement de l'ordre de 80 à 85 %. Il nous semble ainsi plus pertinent au regard de notre problématique de rechercher des facteurs et des mécanismes de différenciation sociale au niveau de l'utilisation quotidienne du téléphone par les ménages abonnés. Enfin, nous nous limiterons aux ménages purs, c'est-à-dire au sens de la D.G.T., aux ménages dont la ligne téléphonique ne dessert que le seul logement à l'exclusion de tout local professionnel ; ceci afin d'éviter d'introduire l'utilisation professionnelle du téléphone dans notre champ d'étude.

### 3 - DE LA METHODE A L'ENQUETE

Seule une production de données pouvait nous permettre d'analyser le processus d'intégration et d'utilisation du téléphone dans la vie quotidienne des individus. Cette production de données aurait pu prendre des formes très

variées. Les quelques principes ayant jalonné notre réflexion à ce sujet permettront de comprendre les choix qui ont été finalement opérés.

Le téléphone est avant tout un outil permettant à un individu ou à un ménage de communiquer avec un membre de son réseau de relation. De même que le déplacement n'est qu'exceptionnellement un but en soi, la communication n'est que rarement une fin en soi. De même que l'on se déplace pour réaliser des activités, on téléphone le plus souvent pour rentrer en contact, s'entretenir avec un membre de son réseau de relation. Dès lors, de même que l'on ne peut analyser la mobilité des individus indépendamment de leurs programmes d'activité, on ne peut analyser l'activité téléphonique des personnes indépendamment de leurs réseaux de relation.

Si les réseaux de relation des individus permettent de repérer leurs ressources, leurs potentialités communicationnelles, il convient aussi et surtout de repérer leurs pratiques téléphoniques. Cela signifie très clairement qu'il n'était pas question de se contenter du recensement de la représentation que se font les individus et les ménages de leur activité téléphonique, mais qu'il était bel et bien indispensable d'enregistrer de la manière la plus fiable leurs pratiques téléphoniques.

Enfin, troisième et dernier principe, il convenait de réaliser une enquête ménage pour des raisons tout aussi bien stratégique que financière et analytique. Stratégiquement, il nous fallait raisonner, au moins momentanément, au même niveau d'observation que la D.G.T. qui s'intéresse aux consommations téléphoniques des lignes principales soit en d'autres termes, à quelques nuances près, des ménages. Financièrement, une enquête ménage permettait de recenser les pratiques téléphoniques de plusieurs individus pour un coût à peu près équivalent au coût d'une enquête-individu. D'un point de vue plus analytique, le téléphone étant un bien de consommation durable des ménages, il nous semblait nécessaire d'étudier les interdépendances familiales qui pouvaient exister autour de cet outil.

Ces trois principes (réseaux de relation - pratiques téléphoniques - enquête ménage) nous ont conduit à élaborer une enquête articulée autour de trois questionnaires (3) :

- un questionnaire "ménage" administré par enquêteur afin de recenser les principales caractéristiques socio-économiques du ménage ;
- un "carnet de bord téléphonique" hebdomadaire permettant d'évaluer les pratiques téléphoniques des individus ;
- un questionnaire "réseau de relation" afin d'identifier tant les réseaux téléphoniques de relation, que les réseaux de relation au sens large.

### 3.1 - Le questionnaire ménage

Le questionnaire ménage, administré par enquêteur, est préalable à la remise des carnets de bord de communication téléphonique. Son objectif principal est d'identifier les principales caractéristiques des ménages, de leur équipement téléphonique et de leur perception ou représentation de cet outil de



communication.

Le premier questionnaire se décompose en quatre parties :

- la première porte sur l'identification de la composition du ménage et des caractéristiques démographiques et socio-économiques des individus qui le composent ;
- la seconde partie porte sur l'histoire résidentielle du ménage repérée dans l'espace et le temps ;
- la troisième partie s'efforce de repérer les différents biens d'équipement du ménage, susceptibles de ne pas être sans relation avec leur activité téléphonique ;
- la quatrième partie porte enfin sur l'équipement téléphonique du ménage, la nature de cet équipement, les motifs d'abonnement, les représentations de son utilisation et la perception de la tarification téléphonique.

### 3.2 - Le carnet de bord

Ce carnet de compte auto-administré des communications téléphoniques a pour objectif fondamental l'étude des pratiques téléphoniques. Chaque communication téléphonique est alors recensée à l'aide des caractéristiques suivantes :

- son orientation (émission, réception) ;
- ses caractéristiques temporelles (jour, heure, durée de l'appel, temps écoulé depuis la dernière rencontre et le dernier coup de fil, ...) ; les caractéristiques de l'émetteur et du récepteur ;
- le motif principal d'appel qui est appréhendé à l'aide d'une grille dont le principe est "quelle action était à réaliser dans quel but ?" ;
- enfin des caractéristiques de perception (urgente, indispensable, substitution, induction de déplacements,...).

Une fois défini le contenu du carnet de bord téléphonique, plusieurs choix techniques et méthodologiques ont du être réalisés ; il convient ici d'explicitier rapidement au moins trois d'entre eux :

- le premier arbitrage porte sur la durée de recensement de l'activité téléphonique des ménages : la durée souhaitable aurait été de l'ordre du mois, afin notamment de recenser les réseaux mensuels de relation téléphonique des ménages ; devant les problèmes de faisabilité posés par une telle durée (4), nous avons retenu le principe d'un carnet de bord hebdomadaire ;
- le second choix porte sur la définition d'un carnet de bord ménage et non individuel ; ce choix en entraîne inéluctablement d'autres comme par exemple, de ne s'intéresser qu'aux seules communications privées émises ou reçues au domicile à l'exclusion du trafic privé émis ou reçu du lieu de travail, des cabines téléphoniques,... ; ce choix se justifie par la plus grande fiabilité attendue d'un carnet de bord se logeant sous le téléphone par rapport à un carnet de bord "volant" d'une poche à une autre, d'une veste à une autre ou d'un sac à un autre ; par ailleurs nous avons l'espoir que se crée autour de ce carnet de bord une certaine dynamique collective entre les membres du

ménage qui compenserait le contrôle pesant que pouvait alors exercer chaque individu sur l'activité téléphonique de l'autre ;

- enfin, le troisième arbitrage délicat a été de déterminer un âge à partir duquel l'on pouvait remplir de manière autonome ce document ; après divers tests, nous avons retenu l'âge de 13 ans qui permettait à toute personne, quelle que soit son origine sociale, de répondre correctement aux questions posées.

### 3.3 - Le questionnaire réseaux de relation

Ce questionnaire administré par enquêteur lors du ramassage du carnet de bord avait trois objectifs :

- évaluer la fiabilité des données recueillies ;
- déterminer les principales caractéristiques des correspondants contactés pendant la semaine d'enquête ;
- identifier les réseaux de relation des ménages.

Les réseaux de relation constituant l'espace potentiel des relations téléphoniques d'un ménage, il était nécessaire d'identifier au mieux les principales caractéristiques de ces réseaux en distinguant :

- le réseau familial, c'est à dire pour cette étude, l'ensemble des ménages de la famille que le ménage enquêté rencontre au moins une fois par an, chaque ménage étant caractérisé par un certain nombre de variables socio-économiques ;
- le réseau amical, c'est-à-dire les principaux ménages que le couple enquêté considère comme ses amis repérés par quelques caractéristiques socio-économiques ;
- le réseau de relation professionnelle hors travail ;
- les relations de voisinage ;
- la vie associative ;
- les pratiques de sociabilité (sorties, invitation, loisirs, ...).

A la lecture des documents d'enquête annexés, on comprendra que nous avons opté pour une enquête très lourde sur laquelle pesaient quelques incertitudes de faisabilité y compris au moment de l'enquête. Ces incertitudes nous ont amenés à répartir les risques en menant cette enquête en deux phases : la première en Novembre 1983, la seconde en Février 1984 sur des semaines banalisées c'est-à-dire ne comportant aucun jour férié. Cette précaution s'est avérée presque inutile puisque nous n'avons pratiquement pas eu à redimensionner cette enquête au terme de la première phase.

Grâce à une double motivation des enquêteurs et des enquêtés, le taux de chute a été extrêmement limité (1,5 %) puisque nous sommes passés de 303 carnets de compte distribués à 298 enquêtes exploitables. La qualité des données recueillies est tout à fait satisfaisante, notamment en ce qui concerne le carnet de bord de communication téléphonique :

- les communications de relance téléphonique que nous avons passées au ména-



- ge au cours de la semaine d'enquête ont été notées à plus de 90 % ;
- les faux numéros volontaires que nous avons émis à destination des enquêtés ont été enregistrés à plus de 85 % ;
- lors de ces appels, s'il arrivait que le numéro demandé sonne occupé, il était alors possible de vérifier si la communication téléphonique était bien enregistrée sur le carnet de compte, à l'heure et au jour précis ;
- enfin, la fiabilité des données recueillies pouvait être jugée à travers les déclarations des différentes personnes du ménage auxquelles il était demandé de dire en toute liberté leur degré de participation au carnet de bord. Dans plus de 97 % des cas, les individus ont déclaré avoir enregistré toutes leurs communications téléphoniques ou presque toutes ; seules 2 % de la population enquêtée n'en a noté que les trois quarts.

Par ailleurs, les biais liés aux modifications de comportement des enquêtés dès lors qu'ils sont observés, étaient inévitables. Cependant on peut en partie les maîtriser en comparant les pratiques téléphoniques à l'émission, qui peuvent faire l'objet d'une auto-valorisation, et les pratiques téléphoniques à la réception, qui sont sans doute beaucoup moins sensibles à ces processus. Après analyse des résultats de cette enquête, il nous semble que les biais liés à la méthode carnet de bord tiennent plus à une valorisation qualitative que quantitative de leurs propres pratiques par les individus. Cette valorisation qualitative n'est pas forcément dangereuse car elle est intéressante lorsque l'on travaille sur les représentations qu'ont les individus de leurs comportements.

#### 4 - DE L'INTERET DES PETITS ECHANTILLONS A LA REPRESENTATIVITE

Cette enquête sur l'utilisation domestique du téléphone fut donc réalisée sur un échantillon de 298 ménages. Les informations recueillies concernent ainsi l'activité téléphonique de 663 individus de 13 ans ou plus et portent sur 7 252 communications téléphoniques. L'échantillon retenu est donc structurellement de petite taille ; ce pouvait être un handicap, c'est pour nous, compte tenu des enveloppes financières existantes pour assurer le financement de telles études, un point de passage obligé qui présente de nombreux intérêts.

En fait, si les petits échantillons sont totalement inadaptés aux enquêtes préalables à la définition de politiques précises en matière d'aménagement urbain, de financement et de développement, ils deviennent tout à fait pertinents dès lors qu'ils s'agit de mener une recherche plus détaillée sur les déterminants des niveaux et des structures de comportement des individus. Compte tenu de leurs coûts, les enquêtes ménages périodiques réalisées sur des échantillons de 2 000 à 4 000 ménages ne sauraient être menées qu'exceptionnellement à partir de questionnaires lourds.

Seuls les petits échantillons permettent une telle investigation fouillée et détaillée dans des conditions économiques acceptables. Dès lors, il ne s'agit pas de se tromper d'objectif. Avec les petits échantillons, on ne recherche plus des indicateurs chiffrés exacts, par exemple du volume de communication téléphonique des individus, mais plutôt des relations fortes, des tendances lourdes entre des comportements communicationnels et des facteurs socio-éco-

nomiques. L'on recherche plus une caricature expressive du phénomène observé qu'une parfaite image figurative. Que l'on nous comprenne bien, si nous présentons par la suite des indicateurs numériques permettant de mesurer, de caractériser les comportements téléphoniques des individus et des ménages, ce ne sera jamais pour nous arrêter à ces valeurs apparentes, mais pour comparer, confronter les comportements de différentes catégories d'individus ou de ménages. La recherche de différentiels significatifs et stables passera avant la recherche de valeurs absolues fiables. Cela se traduira très directement dans la présentation des résultats ; nous privilégierons ainsi les représentations graphiques qui permettent de mieux percevoir les différences indépendamment des données brutes.

On comprendra que, sur de tels échantillons, la représentativité statistique ne soit pas un objectif. C'est même souvent tout le contraire puisque le principe même de structuration d'un petit échantillon vise à accentuer la représentation des groupes d'individus présentant les caractéristiques que l'on souhaite étudier. Malgré cette tradition, nous avons pris le parti d'approcher le plus possible la représentativité statistique lors de l'élaboration de l'échantillon retenu dans le cadre de cette enquête. Au regard du nombre tout à fait limité d'études, portant sur l'utilisation domestique du téléphone, nous voulions produire une image la moins déformante possible du trafic et de l'activité téléphonique des ménages urbains.

La représentativité de l'échantillon ne peut être qu'approximative compte tenu d'une part de sa taille et d'autre part de la norme servant à en juger, à savoir les résultats du recensement de 1982 sur la Communauté Urbaine de Lyon. L'échantillon retenu étant composé de ménages purs (hors indépendants) français (hors étranger) et abonnés, il ne saurait être représentatif de l'ensemble de la population de l'agglomération lyonnaise.

Cependant la configuration générale de l'échantillon au regard des caractéristiques de la personne de référence des ménages semble satisfaisante (cf. tableau 1). Plusieurs insuffisances doivent néanmoins être notées :

- la population enquêtée est légèrement plus jeune que la population de la COURLY, il y a une sous-représentation des personnes de 65 ans et plus en partie compensée par une sur-représentation très probable de la tranche d'âge 60-65 ans qui représente près de 10 % de l'échantillon, à relier également à la sur-représentation des retraités ;
- les célibataires vivant seuls sont également sous-représentés, dans la population enquêtée, cela tient sans doute en partie à la relative sous-représentation des plus âgés ;
- enfin la distribution par C.S.P. de la population enquêtée est légèrement différente de la distribution sur l'ensemble de la COURLY ; si les employés ouvriers sont sous-représentés, il convient de ne pas oublier que l'enquête excluait les travailleurs immigrés et les non-abonnés qui représentent une partie importante de cette catégorie ; les patrons de l'industrie et du commerce sont également sous-représentés, cela tient pour partie à l'absence de ménages indépendants (dont la ligne dessert à la fois un logement et un local professionnel) dans notre échantillon ; en revanche la sur-représentation des retraités est structurelle.



TABLEAU 1 Représentativité de l'échantillon

Caractéristiques de la personne de référence	Recensement 82 Sondage au 20° COURLY (en %)	Echantillon de l'enquête (en %)
AGE :		
moins de 40 ans	37,9	38,2
40 à 64 ans	41,7	49,0
65 ans et plus	20,4	12,8
TAILLE DU MENAGE :		
1 personne	28,9	22,8
2 personnes	28,1	29,5
3 personnes	18,2	21,8
4 personnes	15,0	17,1
5 personnes et +	9,8	8,8
C.S.P. :		
1- Agriculteurs	0,2	-
2- P.D.G.	7,3	4,4
3- Cadres Supérieurs	12,8	17,4
4- Professions intermédiaires	17,9	17,1
5- Employés	12,7	10,8
6- Ouvriers	29,3	21,5
7- Retraités	14,5	23,8
8- Autres personnes sans activités professionnelles	5,4	5,0

## 5 - DES OBJECTIFS AU CONTENU DE L'ETUDE

Pour simplifier, disons que les objectifs de cette recherche visaient une triple production :

- une production statistique, c'est-à-dire une production de données spécifiques au trafic téléphonique domestique dont l'unité de mesure soit fondamentalement la communication et non la taxe de base téléphonique ;
- une production terminologique ou conceptuelle, c'est-à-dire une production de catégories opérationnelles et pertinentes permettant de décrire, d'analyser voire de problématiser l'unité de mesure qu'est la communication téléphonique ; le téléphone n'ayant fait l'objet que de trop rares investigations, la terminologie utilisée pour en parler est actuellement des plus floues ;
- enfin et surtout une production analytique permettant de réfléchir sur la place de cette technologie de communication dans la société et dans la vie quotidienne des individus.

Le premier chapitre, qui porte sur l'analyse du trafic téléphonique domestique, répond principalement aux deux premiers objectifs. Il est l'occasion de produire quelques données permettant de présenter les principales caractéristiques du trafic téléphonique, mais aussi de réaliser des typologies opérationnelles sur les motifs, les correspondants et les communications téléphoniques.

Les trois chapitres suivants répondent principalement au troisième objectif. Le deuxième chapitre s'intéresse aux conditions d'intégration et aux processus d'utilisation du téléphone par les ménages. Le troisième chapitre analyse les déterminants socio-économiques classiques des pratiques téléphoniques des individus. Enfin le dernier chapitre développe une réflexion exploratoire sur les déterminants des pratiques téléphoniques des individus, liés à leurs réseaux de relation et à leur sociabilité.

Derrière ces étapes se profile une réflexion sur l'articulation téléphone, communication et société, sur la place et l'utilisation du téléphone dans la société, sur le statut de la communication téléphonique, sur les déterminants sociaux de l'utilisation du téléphone, qui devrait permettre de donner une nouvelle image du téléphone.

Notes de l'Introduction

- (1) G. CLAISSE, "Transports ou Télécommunications : les ambiguïtés de l'ubiquité", Presses Universitaires de Lyon, 253 p., 1983.
- (2) P.A. MERCIER, F. PLASSARD, V. SCARDIGLI, "La société digitale : les nouvelles technologies au futur quotidien", Le Seuil, Coll. Sciences Ouvertes, 217 p., 1984.
- (3) cf. document annexe
- (4) L'enquête SOFRES-DGT réalisée sur la communication des ménages (téléphone-courrier-déplacement) reposait sur un carnet de bord mensuel ; au terme du mois, le taux de chute a été de 2/3, la majeure partie des ménages enquêtés abandonnant au bout d'une semaine.

## CHAPITRE I - LE TRAFIC TELEHONIQUE DOMESTIQUE

Compte tenu de la connaissance très fragmentaire que l'on a du trafic téléphonique domestique, il convient dans un premier temps d'en réaliser une description. Le trafic téléphonique sera ici, considéré comme un flux (structuré dans l'espace et le temps) de communications (caractérisées par leur contenu) avec différents types de correspondants. Contrairement à l'approche de la D.G.T. en terme de taxes de base, l'unité d'observation sera ici la communication téléphonique. L'échantillon des ménages enquêtés pouvant être considéré comme globalement représentatif de la population abonnée au téléphone dans l'agglomération lyonnaise, les 7 252 communications recensées offrent une bonne image du trafic domestique, à savoir un trafic dont l'un au moins des noeuds est le domicile d'un ménage "pur".

Cette description se fera en trois étapes centrées successivement sur :

- les caractéristiques spatio-temporelles proprement dites du trafic domestique (Section I) ;
- l'identité des correspondants impliqués dans ce trafic (Section II) ;
- le contenu des communications (Section III).

Tout au long de cette exploration, nous n'aurons de cesse de poursuivre deux objectifs :

- d'une part, répondre à la question "que se passe-t-il sur le réseau téléphonique des ménages ?"
- d'autre part, élaborer des typologies de trois natures, à savoir des typologies de trafic, de correspondant et de contenu.

Obtenir le correspondant désiré à l'autre bout du fil nécessite la réalisation d'un certain nombre de conditions (1) et, en premier lieu, il importe de donner une mesure de ce que l'on pourrait appeler "l'efficacité" du trafic. A côté d'un trafic "réussi", on peut définir un trafic "manqué" regroupant des communications à l'issue desquelles l'émetteur n'a pas communiqué avec le correspondant souhaité ; soit que la communication n'ait pas été établie (ne répond pas, ligne occupée), soit qu'elle l'ait été mais avec un autre correspondant (faux numéro, absence du correspondant) ou avec une prothèse (répondeur) (2).

La principale cause d'échec est l'absence du correspondant :



- Ne répond pas .....	41 %
- Personne demandée absente .....	28 %
- Occupé .....	16 %
- Faux numéro .....	10 %
- Répondeur .....	3 %
- Autre cas .....	2 %
<hr/>	
Total trafic manqué	100 %
dont émission	83 %

Le trafic manqué émis est égal à 22 % du trafic total émis ; c'est loin d'être négligeable et ce, d'autant plus que ces communications, peu valorisantes pour l'enquêté, ont probablement fait l'objet d'un enregistrement moins systématique que les communications "réussies" considérées comme plus intéressantes (3).

S'il existe un trafic manqué sans sanction autre que psychologique, celui qui pénalise économiquement l'émetteur (4) se chiffre à 41 % du trafic manqué (6,5 % du trafic total).

En ce qui concerne son orientation, et exception faite des coups de fil manqués principalement émis, le trafic domestique présente un faible déséquilibre (50,5 % de communications émises) que l'on peut considérer comme peu significatif.

## I - LE TRAFIC DOMESTIQUE A TRAVERS L'ESPACE ET LE TEMPS

En dehors de toute indication sur l'identité des interactants et sur son contenu, une communication téléphonique peut être appréhendée par ce qu'on pourrait appeler ses caractéristiques "physiques" à l'égard de l'espace et du temps. Dans l'espace, elle peut être repérée par la localisation du correspondant du double point de vue de la circonscription téléphonique et du lieu (domicile, lieu de travail) où il se trouvait au moment de la communication. Dans le temps, une communication peut être caractérisée par sa durée ainsi que l'heure et le jour de l'appel.

### 1 - UN TRAFIC RESIDENTIEL

Lors de l'appel, un correspondant peut se trouver dans cinq situations différentes : chez lui, sur son lieu de travail, chez quelqu'un, dans une cabine téléphonique ou auprès d'un autre poste public. Pour plus des trois quarts des communications, le trafic domestique met en relation deux résidences, que la résidence soit le domicile du correspondant ou non.

Trois types de trafic domestique peuvent être distingués : un trafic résidentiel, un trafic "domicile-lieu de travail" et un trafic "domicile-autre lieu" :

- le trafic résidentiel (domicile de l'enquêté-domicile du correspondant) est de loin le plus important (73 %) et le seul à être équilibré en terme d'émission-réception ; le trafic téléphonique entre la résidence de l'enquêté et lieu de travail du correspondant est loin d'être négligeable (21 %) et à 60 % à l'émission. Il est très largement émis vers les correspondants anonymes ou impersonnels chargés dans leur administration du contact avec le public (5), il est probablement moins déséquilibré quand la relation est plus personnelle ; le trafic entre la résidence de l'enquêté et un autre lieu pouvant être soit un poste public (cabine, café), soit un poste privé autre que celui du correspondant, est relativement marginal ; il concerne à la fois des individus abonnés en situation de mobilité urbaine mais aussi plus lointaine, et des individus non abonnés ; il est donc pour l'essentiel reçu par les ménages (80 %).

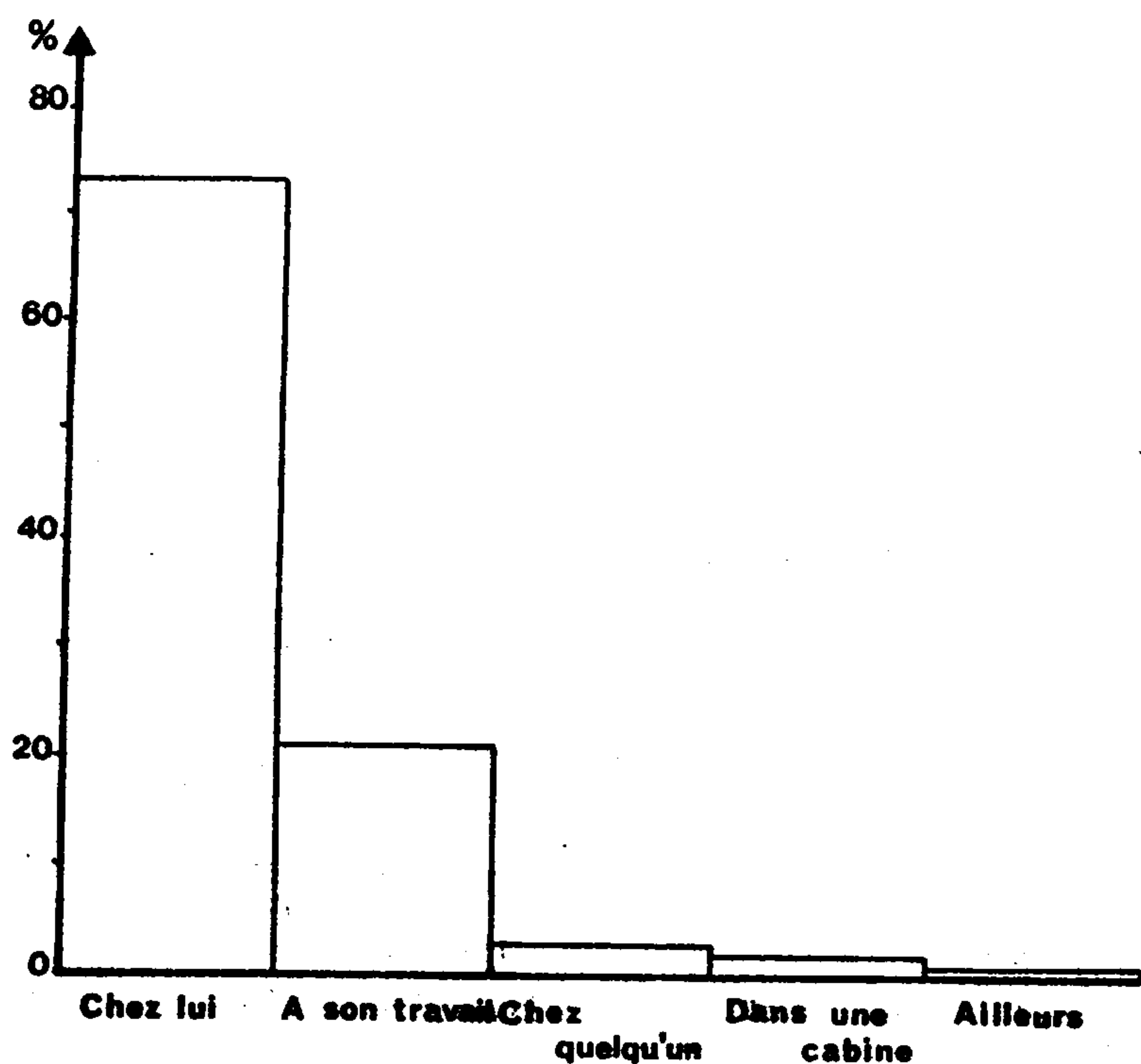


Schéma 1.1 : Répartition du trafic selon le lieu

## 2 - UN TRAFIC DE PROXIMITE

Le trafic domestique est très polarisé. Le découpage proposé dans l'enquête s'inspirait directement du découpage administratif en circonscription de taxe téléphonique.

Au moment de l'appel, le correspondant pouvait être localisé dans cinq zones différentes, soient quatre trafics distincts :

- un trafic de proximité, urbain et suburbain, interne à la circonscription de Lyon ; c'est le seul à n'être pas taxé à la durée ;
- un trafic intra-régional, hors circonscription de Lyon ;
- un trafic inter-régional ou national ;
- un trafic international.

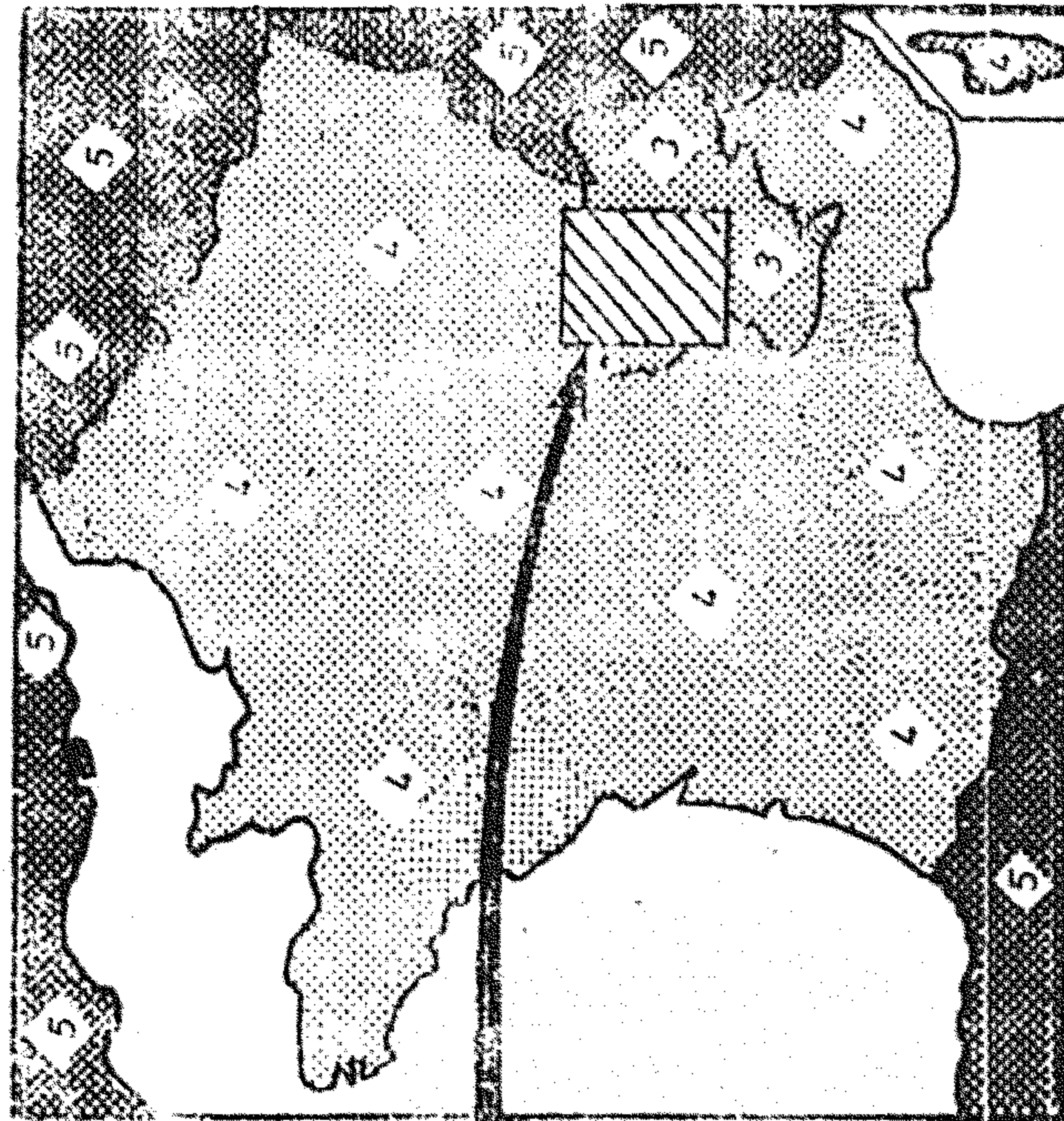
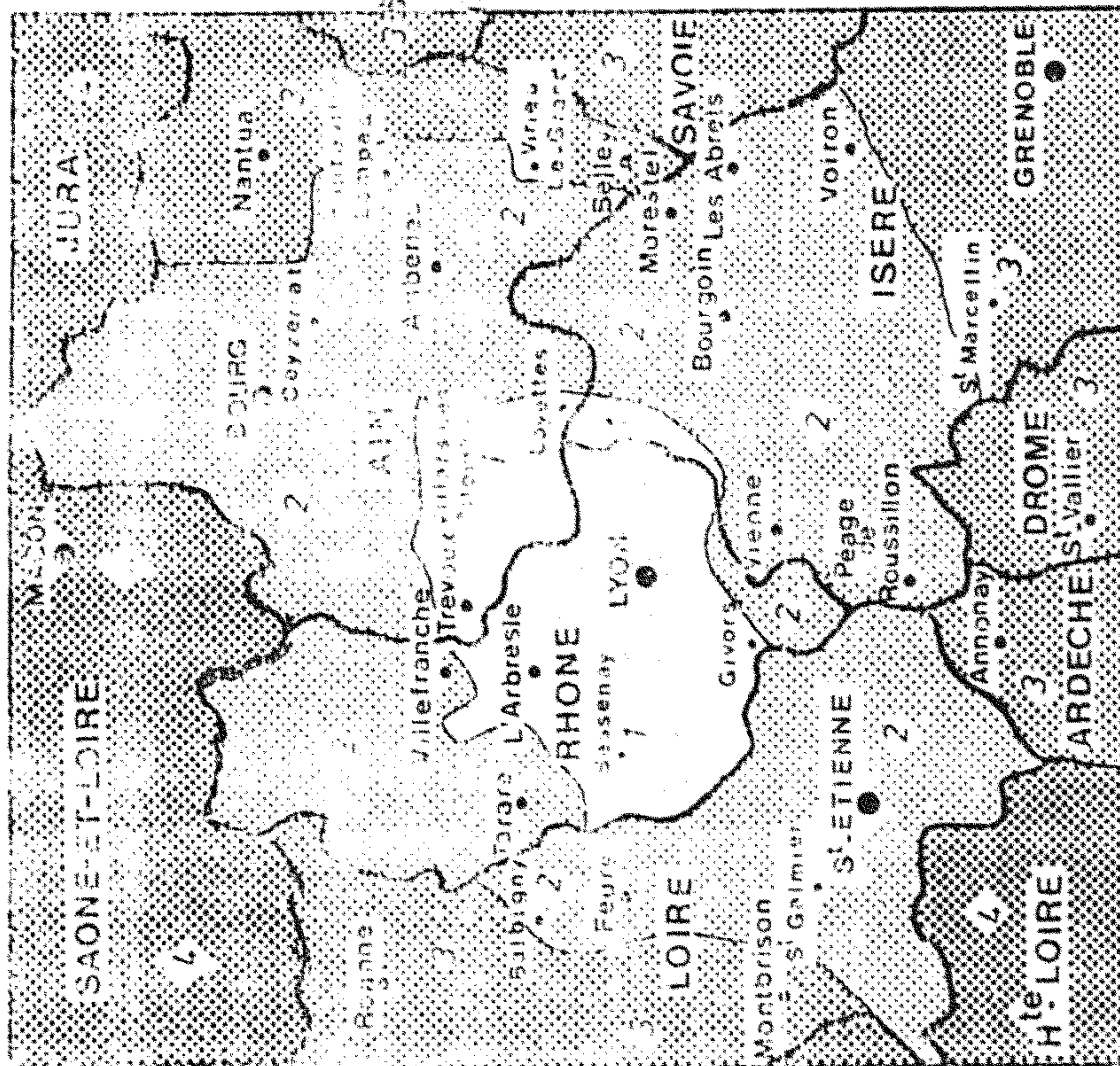
La plupart des communications (83 %) ont lieu dans la même circonscription que les ménages enquêtés (abonnés de la circonscription de Lyon). Indéniablement, le téléphone domestique se présente comme un fait urbain, et à la concentration des hommes et des activités semble répondre la polarisation du trafic. A côté de cela, le trafic se répartit également dans la région Rhône-Alpes (8 %) et dans le reste de la France (8,5 %), le trafic international



SCHEMA 1.2 Localisation du correspondant

### LOCALISATION DU CORRESPONDANT

Lors de votre entretien téléphonique, votre correspondant pouvait se trouver soit : dans la même circonscription téléphonique que vous (zone 1), une circonscription voisine (zone 2), ailleurs dans la région Rhône-Alpes (zone 3), ailleurs en France (zone 4), à l'étranger (zone 5), vous ne savez pas (code 6).



La région Rhône-Alpes comprend les huit départements suivants :  
Ain, Ardèche, Drôme, Isère, Loire, Rhône, Savoie, Haute-Savoie



étant tout à fait négligeable (0,5 %) (6).

C'est le trafic "résidence-autre lieu" qui est le plus éloigné, vient ensuite le trafic résidentiel, puis le trafic résidence-lieu de travail (89 % en zone proche), ce qui, au vu du grand nombre de services qu'offre la métropole régionale, se conçoit aisément. Exception faite de la région parisienne, toujours aussi attractive, le trafic inter-régional résidentiel est d'autant plus faible que la région concernée est éloignée de Lyon, comme le montre la carte suivante :

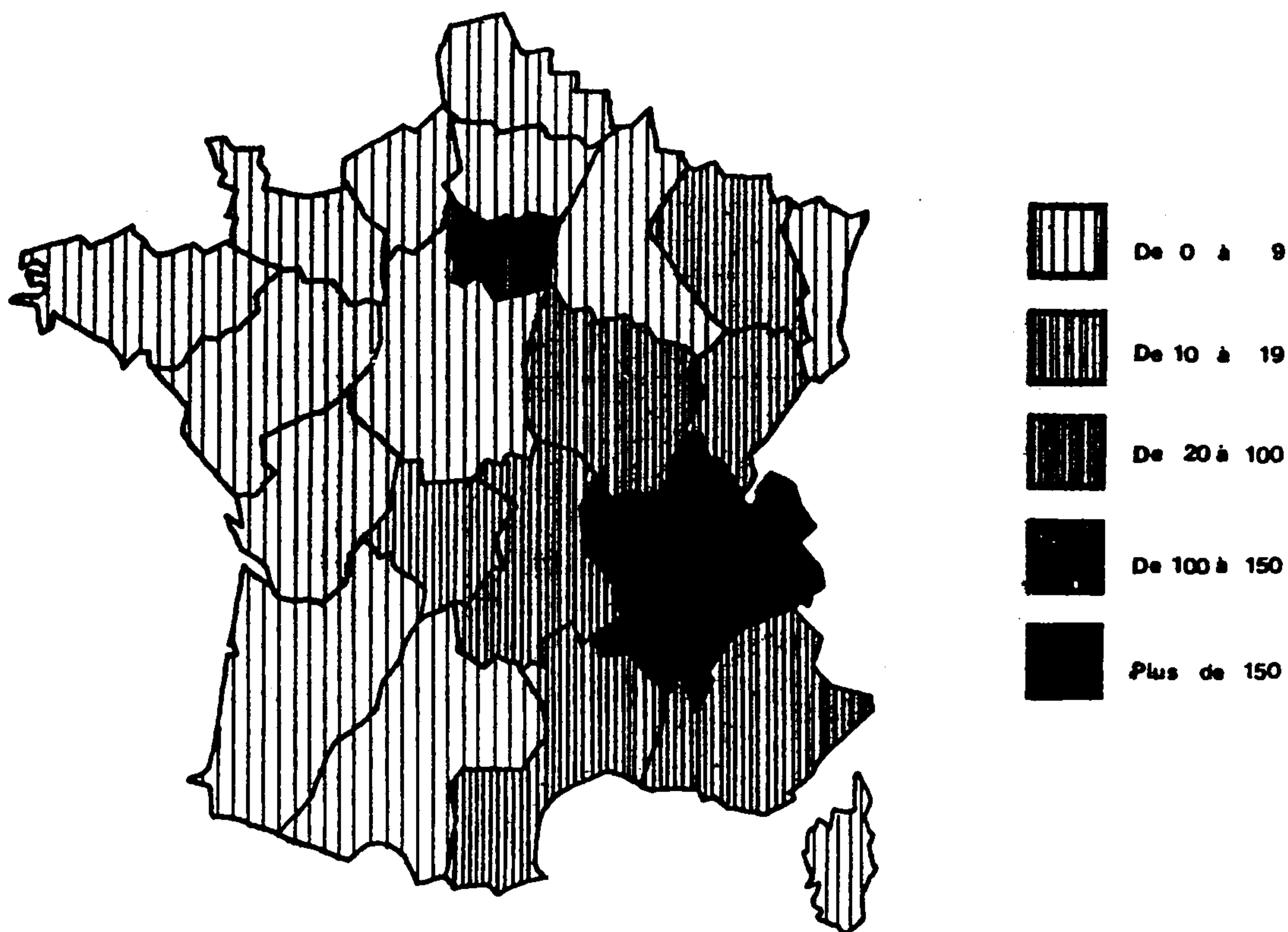


Schéma 1.3 : Trafic résidentiel selon le nombre de communication (hors agglomération)

A supposer que la structure spatiale du trafic téléphonique soit un indicateur partiel de la région d'origine des enquêtés, cette morphologie en "tache d'huile" semble indiquer l'existence d'une mobilité résidentielle assez faible, ayant plutôt tendance à s'effectuer sur des distances courtes et en régions limitrophes.

### 3 - UN TRAFIC BREF

A l'exclusion du trafic "manqué" dont la durée en terme d'interaction est soit nulle (ne répond pas, occupé), soit négligeable (personne demandée absence, répondeur), la durée moyenne d'une communication est de l'ordre de 8 mn avec, bien entendu, une grande dispersion autour de cette valeur moyenne.

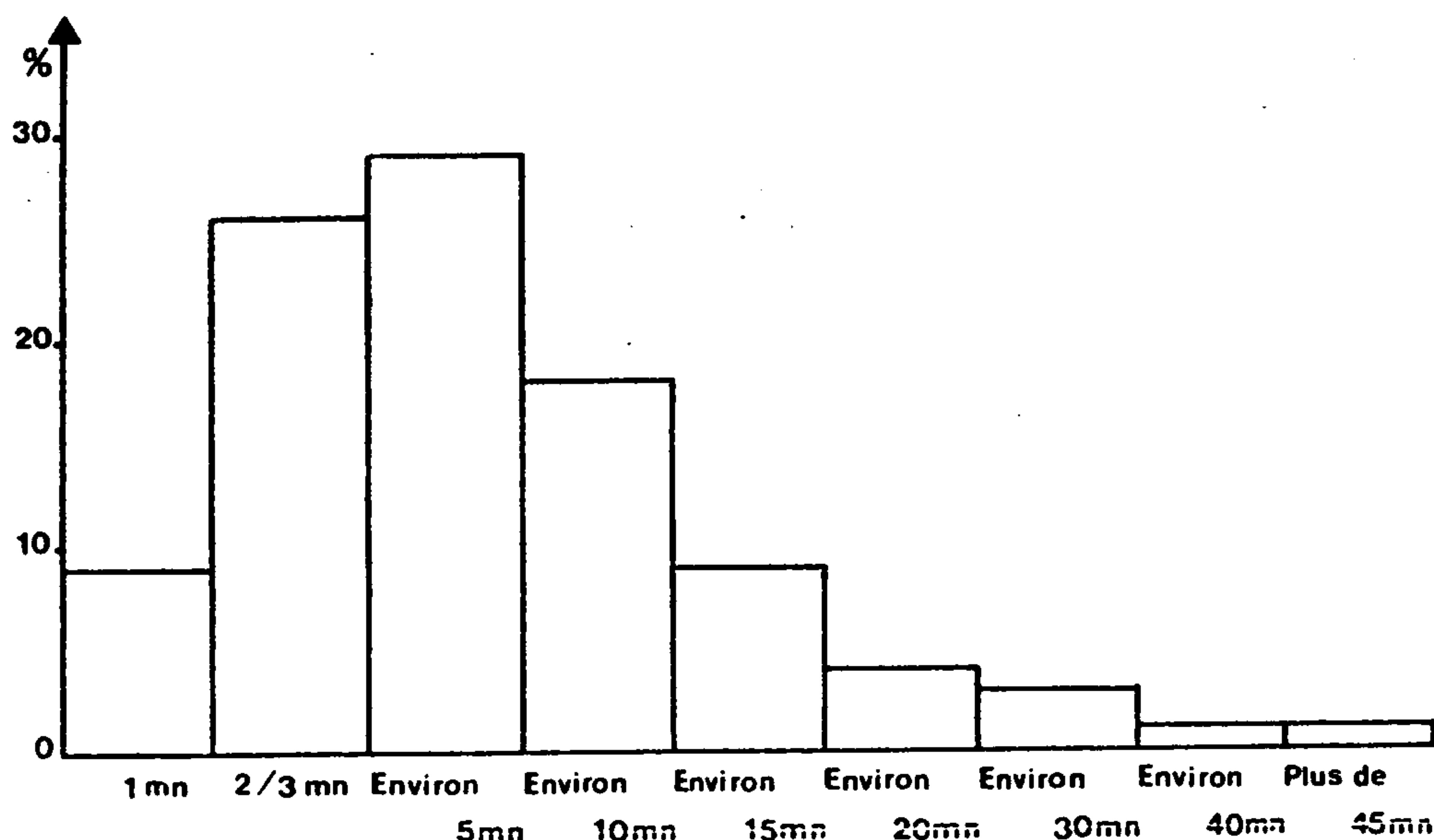


Schéma 1.4 : Trafic selon la durée

Près de 60 % des communications ont une durée inférieure ou égale à 5 mn, le trafic domestique est donc un trafic globalement court. Cette brièveté est, à notre sens, une caractéristique très spécifique de la communication téléphonique par rapport aux autres processus de communication inter-individuelle (face à face, courrier, ...). Intuitivement, on pourrait émettre l'hypothèse d'une corrélation entre la durée d'une communication et son degré de fonctionnalité ; schématiquement, plus un appel téléphonique serait long, plus son contenu serait relationnel. Dans cette perspective le trafic domestique apparaît comme un trafic plutôt fonctionnel (7).

Il est généralement admis que la durée d'une communication dépend aussi de son coût ; c'est notamment l'avis de Ch. PINAUD (8) quand il parle des communications de proximité comme des plus longues en l'absence d'une tarification liée à la durée. Cependant, deux observations vont à l'encontre d'une vision trop simpliste de cette interrelation :

- le trafic de proximité, dont le coût lié à la distance et à la durée est faible (une taxe de base), compte cependant 60 % de communications n'excédant pas cinq minutes ;

- en terme de durée moyenne, les communications les plus lointaines sont aussi les plus longues ; de 7'30" en zone proche, la durée moyenne d'une communication passe à 9' 55" en région Rhône-Alpes et à 9' 45" dans le reste de la France.

Il semble toutefois que le coût soit un obstacle, mais seulement au delà d'un certain seuil (qu'on pourrait fixer à 25 mn) au-dessus duquel les communications éloignées se font nettement plus rares. D'autre part, on peut aussi remarquer qu'il existe aussi un seuil minimum (5 mn), au dessous duquel les communications éloignées sont sous-représentées.

Notons enfin que 80 % des communications de plus de 20 mn sont des communications de proximité et que la taxation du trafic de proximité, au delà de cette durée ne concernerait que 4 % du trafic domestique (5 % du trafic de proximité) en l'absence de tout changement de comportement.

Le trafic avec le lieu de travail est en moyenne le plus bref (5' 15") ; s'il est probablement plus fonctionnel, la disponibilité temporelle des correspondants y est aussi plus limitée que dans le trafic résidentiel qui dure en moyenne 8' 45". Le trafic résidence-autre lieu, assez hétérogène, se situe entre ces deux extrêmes avec une durée moyenne de 6' 25".

#### **4 - UN TRAFIC RYTHME PAR LE MODE DE VIE**

Logiquement, la morphologie spatio-temporelle du trafic téléphonique domestique, se présente comme le reflet de ce qu'on pourrait appeler l'organisation sociale de la vie quotidienne.

Au cours de la semaine, le trafic se répartit de façon relativement homogène sur les cinq premiers jours (15 % en moyenne) mais enregistre une baisse sensible le samedi (12,5 %) et plus encore le dimanche (10 %). Cette baisse s'explique doublement, par la diminution du trafic en liaison avec les entreprises et les administrations et par l'absence à leur résidence principale d'un certain nombre d'individus et de ménages.

Les trafics journaliers du Lundi au Vendredi offrent des profils horaires similaires (voir schéma 1.5). Le trafic, inexistant la nuit, commence assez rapidement dès le début de la matinée ; après un palier à peine marqué par l'horaire du repas, il enregistre une pause dans l'après-midi puis augmente à partir de 17 h et culmine entre 20 h et 21 h.

Le week-end, le trafic est plus concentré sur la matinée que le reste de la semaine. La matinée du samedi est d'ailleurs le cadre d'une activité téléphonique légèrement supérieure en valeur absolue à celle de tous les autres jours. La pause du trafic dans l'après-midi est plus accentuée le week-end et plus encore le dimanche (voir schéma 1.5). On observe aussi une remontée du trafic en début de soirée mais elle est beaucoup plus faible et dure moins longtemps qu'en semaine.



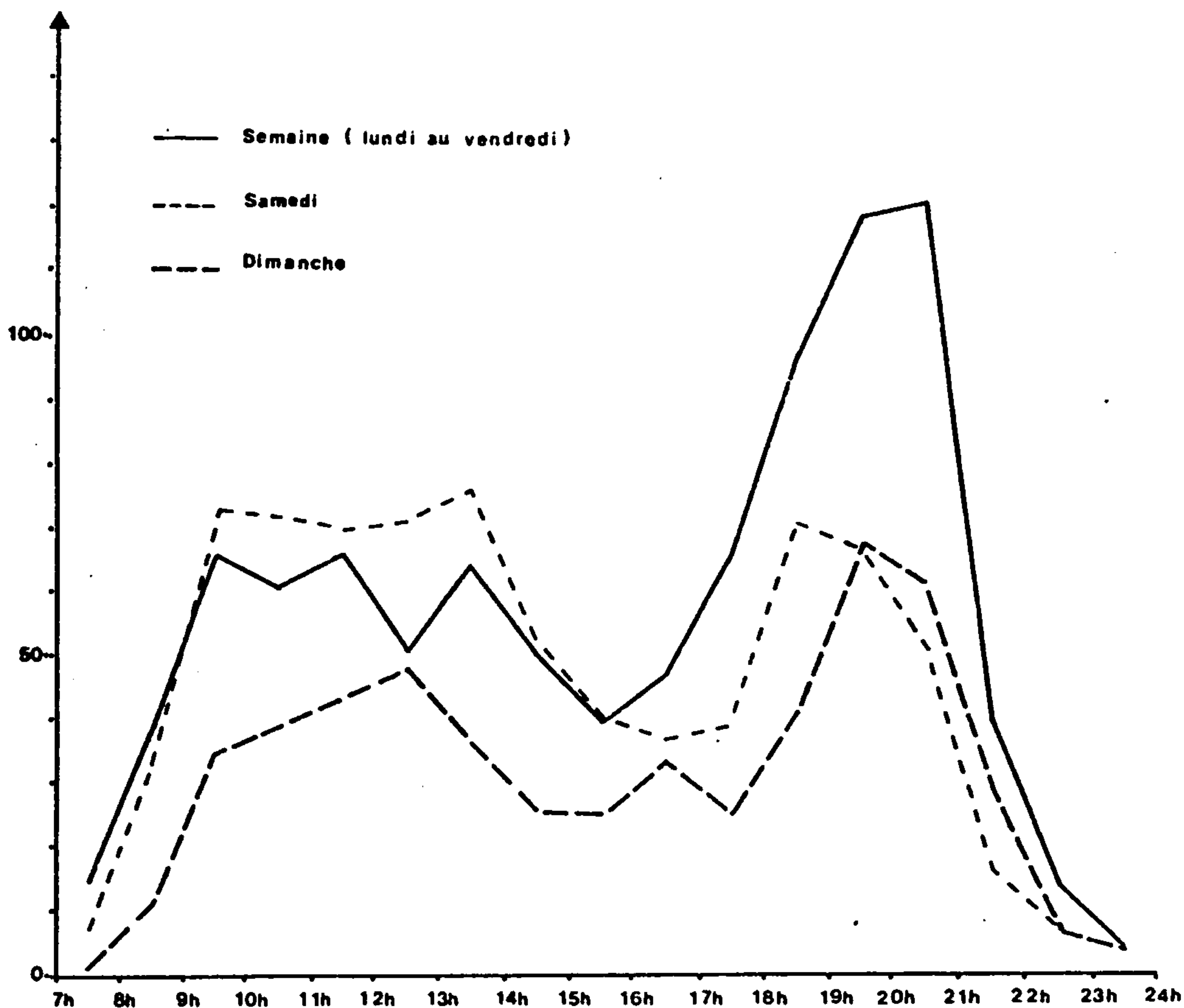


Schéma 1.5 : Profil horaire du trafic

Par contre, si les durées moyennes journalières sont très peu dispersées, par contre, quel que soit le jour, la durée moyenne des communications s'allonge au fur et à mesure de la journée et semble indiquer un trafic plus relationnel en soirée.

Selon le jour et l'heure d'appel, les caractéristiques spatiales du trafic sont différentes. Le trafic domestique est plus résidentiel et plus éloigné le soir et en fin de semaine. Le trafic avec le lieu de travail a principalement lieu en semaine et pendant les heures ouvrables, et c'est à partir de la fin de l'après-midi que les appels des individus en situation de mobilité se font plus nombreux.

Enfin, notons que la tarification est loin d'être sans influence sur le budget téléphonique des ménages dans la mesure où 47 % du trafic domestique se déroule dans les plages horaires bénéficiant d'une tarification réduite (9) et que le quart de ce trafic concernent des communications lointaines (contre 11 % dans les plages horaires sans réduction tarifaire).

Reflet de l'organisation sociale du travail et des loisirs, le trafic l'est doublement :



- premièrement, il subit l'influence de variables comme les horaires de travail des actifs, étudiants et lycéens, ainsi que les programmes d'activité des inactifs ; ainsi, par exemple, la pointe de trafic qui débute vers 17 h, coïncide avec le retour de certains actifs au domicile ; de même, malgré les départs en week-end, la forte activité téléphonique du samedi matin pourrait s'expliquer par leur présence au domicile en ce jour de congé. Le creux de l'après-midi pourrait correspondre également aux sorties plus fréquentes dans cette plage horaire des inactifs, par ailleurs en grande majorité présents au domicile le matin (10) ;
- deuxièmement, se retrouvent dans le profil physique du trafic des "traces" de certains comportements comme par exemple les départs en week-end déjà cités, les sorties le soir, les horaires des repas et le caractère familial et plus intime de la journée du dimanche.

Au terme de cet examen des caractéristiques physiques, quatre tendances lourdes peuvent être mises en avant. Le trafic téléphonique domestique se présente comme :

- un trafic bref,
- un trafic polarisé,
- un trafic résidentiel,
- un trafic rythmé par l'emploi du temps quotidien des individus, reflet du mode de vie dominant.

La sociabilité téléphonique domestique apparaît donc comme une sociabilité résidentielle de proximité, constituée en majorité d'interactions courtes. Elle est probablement à dominante fonctionnelle, encore que cette hypothèse soit à vérifier notamment par la prise en compte de la nature du correspondant.

## II - AU BOUT DU FIL : LES CORRESPONDANTS

Les agents des P.T.T. sont des hommes qui relient les hommes. C'est à l'identité de ces hommes, de ces correspondants que sera consacrée cette seconde étape de la description du trafic téléphonique.

Mais préciser le statut socio-économique des voix qui parcourent le réseau téléphonique des ménages, ne va pas sans soulever un certain nombre de difficultés dont les plus redoutables sont sans conteste l'identification du correspondant par une nomenclature appropriée et son affectation dans un type déterminé.

Face au premier problème, nous avons décidé d'adopter une problématique classique en termes de groupes sociaux, articulée autour des groupes primaires formels comme la famille, des groupes sociaux secondaires informels comme les amis ou plus formels comme les associations. Le résultat se présente sous la forme d'une nomenclature en 12 items qui, par la suite, fut agrégée en 7 types dont nous avons essayé au maximum de préserver l'homogénéité.

La seconde difficulté vient du fait qu'un individu peut relever simultanément (ou successivement) de deux types, un collègue de travail pouvant par exemple tout aussi bien être un ami. C'est pourquoi, les enquêtés avaient la possibilité d'indiquer pour chaque correspondant une double nature. Cette éventualité n'a été finalement retenue que pour 175 correspondants sur les 3 850 recensés soit 4,5 %. Ceci semble indiquer, que dans la grande majorité des cas et aux incertitudes dues aux conditions de la passation près, l'affectation d'un type principal ou premier pour chaque correspondant n'a pas soulevé les difficultés attendues initialement.

Au regard du faible effectif de ces correspondants polyvalents dont 93 % relevaient d'un panachage du type ami avec un autre type, nous avons pris le parti de leur affecter un type unique suivant une logique privilégiant le groupe social générateur, c'est-à-dire celui dans lequel, selon toute probabilité, la relation a été nouée. Ainsi, par exemple, le couple "relation professionnelle/ami" a été recodé en "relation professionnelle" car c'est généralement le fait de travailler ensemble qui peut induire ensuite une relation d'amitié.

Dernière précision méthodologique, nous resterons ici fidèles à une approche en terme de flux et il s'agira de répondre à la question "avec qui, quand et où" les ménages ou les individus ont téléphoné. Il ne sera donc pas fait référence aux fréquences des contacts avec tel ou tel correspondant (11), laissant ce problème à une approche plus centrée sur les réseaux de sociabilité téléphonique.



## **1 - UN TRAFIC PRINCIPALEMENT FAMILIAL ET AMICAL**

La nomenclature retenue distinguait 12 types de correspondants regroupés en sept catégories permettant de différencier sept types de trafic (les trafics intra-ménage, familial, amical, professionnel, fonctionnel, associatif, et un trafic de voisinage). Les sept catégories de correspondants sont les suivantes :

- un membre du même ménage que l'enquêté ; il s'agit d'un trafic interne au ménage enquêté, dont l'observation renseigne sur la façon dont les individus du ménage en situation de mobilité garde le contact avec leur foyer ;
- un membre de la famille (hors ménage) ; le lien avec le ménage enquêté est ici un lien affectif, généralement commun aux différents membres du ménage, et sur lequel pèse une certaine norme sociale due à l'importance que conserve la famille dans notre société ;
- un ami des parents, un copain des enfants ou une simple relation ou connaissance, ici le lien est le plus souvent affectif, généralement personnel, mais moins formel que dans le cas de la famille ; par la suite, ces trois sous-types d'amis ont été agrégés pour ne pas constituer qu'un seul flux amical global, eu égard à la subjectivité de la distinction entre ami et simple relation ;
- une relation professionnelle ; ici le lien avec l'enquêté est toujours interpersonnel mais il est conditionné par le milieu professionnel, de sorte qu'il est difficile de distinguer le lien professionnel stricto-sensu d'un lien éventuellement plus personnalisé ;
- un correspondant appartenant à la sphère "administrativo-marchande", prestataire de services (publics ou privés) ; le trafic avec ces correspondants fonctionnels le plus souvent anonymes relève de la gestion de l'entreprise-ménage ; même si le choix d'un médecin ou d'un commerçant reste effectif, il n'en est pas moins vrai que la relation qui unit les deux interactants peut être qualifiée le plus fréquemment d'impersonnelle et de fonctionnelle ;
- un membre d'une même association que l'enquêté ;
- un voisin ; de même que pour le correspondant précédent, le lien avec l'enquêté peut être de nature affective, mais il n'en subit pas moins une forte sur-détermination de l'environnement spatial, d'une part, et de l'engagement associatif d'autre part.

La décomposition du trafic réussi en fonction du correspondant se présente comme suit :

Membre du même ménage	5,5	Trafic intra ménage	5,5
Membre de la famille (hors ménage)	34,5	Trafic familial	34,5
Ami des parents	19,5	Trafic amical	36,0
Copain des enfants	9,0		
Simple relation ou connaissance	7,5		
Relation professionnelle	8,0	Trafic professionnel	8,0
Commerçant, artisan, profession libérale	5,5	Trafic avec les correspondants fonctionnels	12,0
Organisme financier	1,0		
Administration	2,5		
Autre entreprise	3,0		
Membre d'une même association	2,0	Trafic associatif	2,0
Voisin	2,0	Trafic de voisinage	2,0

Tableau 1.1 : Composition du trafic selon le correspondant

Ce qui frappe en tout premier lieu dans cette image du trafic domestique des ménages, c'est l'écrasante majorité, près de 80 %, des communications avec les correspondants liés aux ménages par des liens affectifs, qu'ils soient relativement formels (famille) ou plus informels (amis).

C'est un résultat qui vient à l'encontre de certaines estimations sur la communication des ménages, telle celle que fait Ch. PINAUX dans son livre "Entre nous les téléphones" (12), quand il évalue la part du trafic émis vers des correspondants anonymes, services administratifs et services marchands, à plus de la moitié des appels des ménages ; en fait ce trafic avec les correspondants fonctionnels ne représente dans notre enquête que 12 % du trafic émis par les ménages.

Mais, si la prise en compte de la nature du correspondant révèle une sociabilité téléphonique largement tournée vers la famille et les amis, il serait toutefois imprudent de conclure, à ce stade de l'étude, à un usage principalement relationnel du téléphone, ce qu'à notre sens seule une analyse du contenu pourra confirmer ou infirmer.

## 2 - LE TEMPS DES CORRESPONDANTS

Dans le temps, un type de correspondant peut être caractérisé par la durée moyenne des communications auxquelles il participe, ainsi que par



les plages horaires dans lesquelles il est plus particulièrement présent.

## 2.1 - Des durées variables

L'affectation d'une durée moyenne par type de correspondant les différencie nettement et confirme, dans une certaine mesure, ce que nous disions sur la nature du lien avec le correspondant :

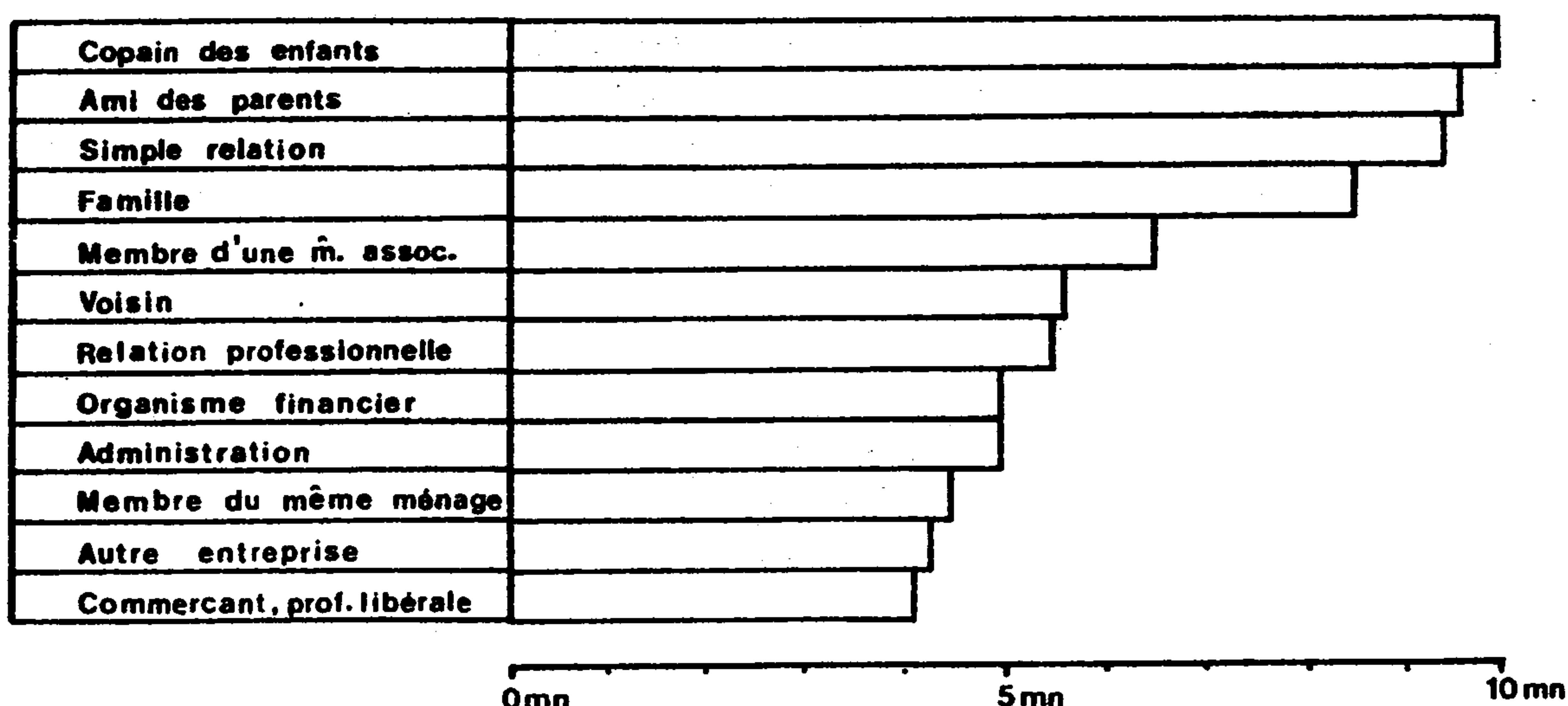


Schéma 1.6 : Durée moyenne selon le correspondant

Si l'on exclue le trafic intra-ménage, très spécifique du fait de son caractère à la fois affectif et fonctionnel, la durée fait apparaître trois grands groupes de trafic :

- un trafic avec des correspondants socio-affectifs avec lesquels les communications durent en moyenne plus de 8' 30" ;
- à l'opposé, un trafic avec des correspondants fonctionnels pour lequel les communications sont courtes, en moyenne moins de 5 mn ;
- entre les deux, un trafic entre des relations professionnelles, des voisins ou des membres d'une même association avec une durée moyenne comprise entre 5' 30" et 6' 30" ; il s'agit ici de communications interpersonnelles et interactives comme dans le trafic avec les correspondants socio-affectifs mais sans doute plus fonctionnelles.

Il semblerait qu'une analyse précise de la durée des communications relève plus d'une étude du contenu des communications ; en effet, quel que soit le correspondant, on retrouve les tendances que nous avons observées lors de l'étude des caractéristiques spatio-temporelles du trafic :

- la durée moyenne de communication s'allonge avec la distance quel que soit le correspondant (c'est un résultat un peu contre-intuitif, et il conviendra de

- se demander par exemple s'il n'y aurait pas une sorte de compensation avec le fait de se téléphoner longtemps et le fait de se voir moins souvent) ;
- quel que soit le correspondant, la durée moyenne de communication avec le lieu de travail est plus courte que celle du trafic résidentiel ; cependant, le trafic avec les correspondants socio-affectifs sur le lieu de travail est plus long lorsqu'il est reçu au domicile ; en fait, la durée d'une communication au lieu de travail résulte des effets croisés de deux facteurs ; le degré d'accessibilité au téléphone pour des motifs privés dans l'entreprise et la disponibilité temporelle du correspondant, soit deux ressources qui sont généralement plus importantes quand c'est le correspondant au travail qui appelle ;
  - de même, les communications émises par les correspondants fonctionnels vers le domicile durent en moyenne plus longtemps que celles qu'ils reçoivent ; il semblerait donc que lorsque les entreprises téléphonent aux ménages, ce qu'elles ne font que rarement, le contenu des communications soit relativement plus complexe.

## 2.2 - Des moments privilégiés

L'observation du trafic journalier selon le correspondant laisse apparaître trois variétés de flux :

- des flux de faible importance relativement continus tout au long de la journée et de la semaine ; c'est le cas du trafic avec les voisins et les membres d'une même association, et, dans une moindre mesure, du trafic intra-ménage, bien évidemment plus faible le dimanche (cf. schéma 1.7) ;
- des flux relativement plus importants en début de semaine, pratiquement inexistants le week-end : le trafic avec les correspondants fonctionnels, centré sur les heures ouvrables, et le trafic avec les relations professionnelles (41 % du trafic sur les deux premiers jours de la semaine contre 30 % en moyenne) ;
- des flux continus, très importants, dont les parts relatives augmentent le soir et le week-end, les trafics amical et familial ; mais si, le soir, en semaine, les amis sont majoritaires, c'est au tour de la famille le week-end (29 % du trafic familial).

Ainsi, le même glissement d'une structure en terme de correspondant plus fonctionnel à une structure plus socio-affective s'observe entre la journée et le soir d'une part, et entre le début de la semaine et le week-end d'autre part.

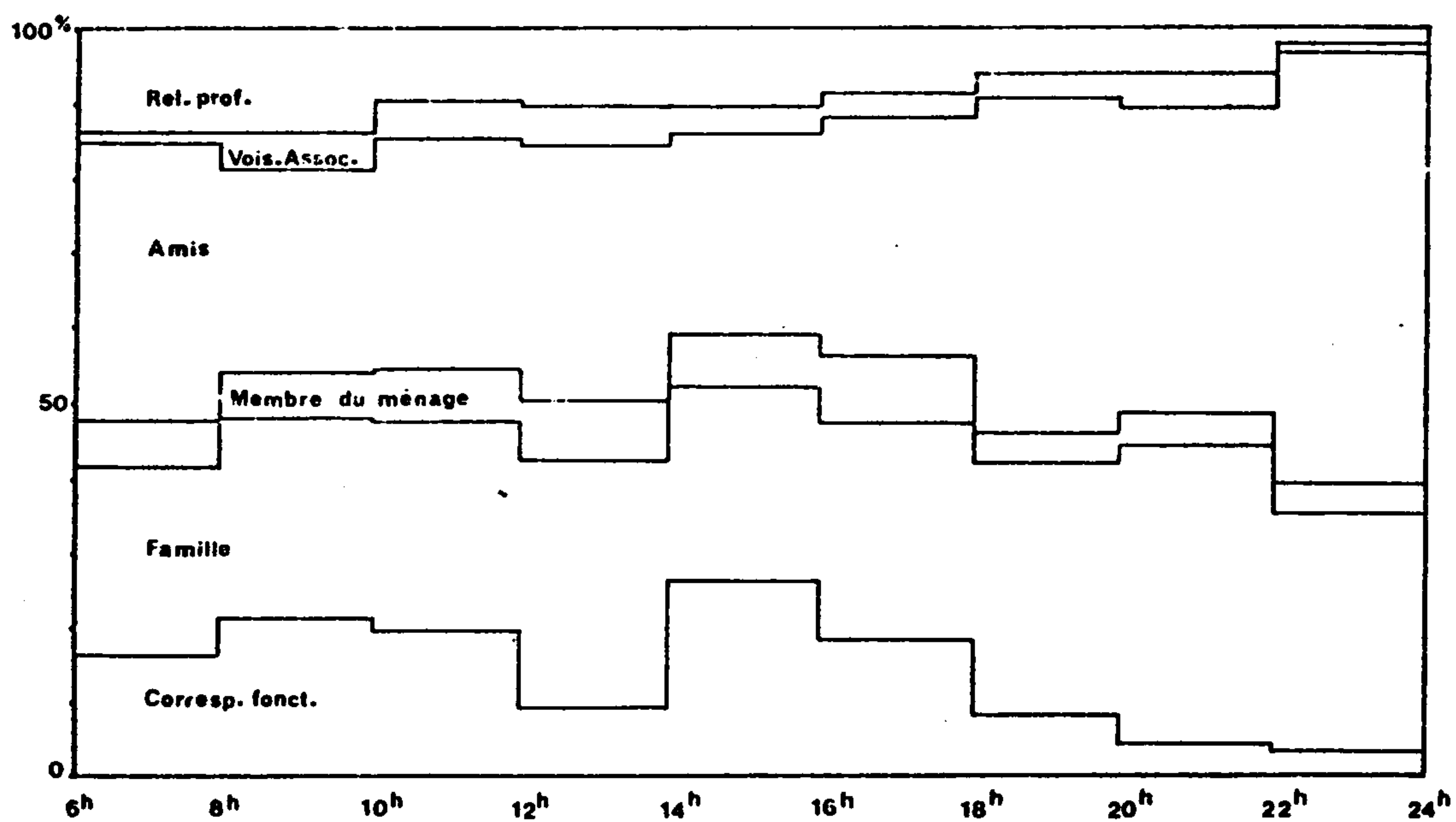
## 3 - L'ESPACE DES CORRESPONDANTS

Dans l'espace, un type de correspondant peut être caractérisé par l'orientation de son trafic ainsi que par sa localisation géographique en terme de distance et de lieu.

Le graphique à marches illustre la répartition des relations sociales par jour de la semaine. L'axe vertical mesure le pourcentage de la population, allant de 0 à 100%. L'axe horizontal liste les jours de la semaine : Lundi, Mardi, Mercredi, Jeudi, Vendredi, Samedi, Dimanche. Les relations sont classées en six catégories, représentées par des lignes à marches :

- Rel. prof.** (Relations professionnelles) : Augmente progressivement de Lundi à Samedi, atteignant près de 90% le dimanche.
- Vois. Assoc.** (Voisins, Associations) : Augmente de Lundi à Jeudi, reste stable jusqu'à Samedi, puis diminue le dimanche.
- Amis** : Augmente de Lundi à Mercredi, reste stable jusqu'à Samedi, puis diminue le dimanche.
- membre du ménage** : Augmente de Lundi à Mardi, reste stable jusqu'à Jeudi, puis diminue le dimanche.
- Famille** : Augmente de Lundi à Mardi, reste stable jusqu'à Mercredi, puis diminue le dimanche.
- Corresp. fonct.** (Correspondance fonctionnelle) : Augmente de Lundi à Mardi, reste stable jusqu'à Mercredi, puis diminue le dimanche.

Le graphique montre que les relations professionnelles et les relations de voisinage/associations sont les plus importantes, tandis que les relations de famille et les relations de correspondance fonctionnelle sont les moins importantes.





### 3.1 - La rareté relative de l'échange inégal

D'après l'orientation des appels, deux trafic s'opposent nettement : le trafic avec les prestataires de service (publics ou privés) réalisé pour les 4/5 à l'émission et le trafic avec les membres du ménage qui est aux 3/4 reçu par les ménages.

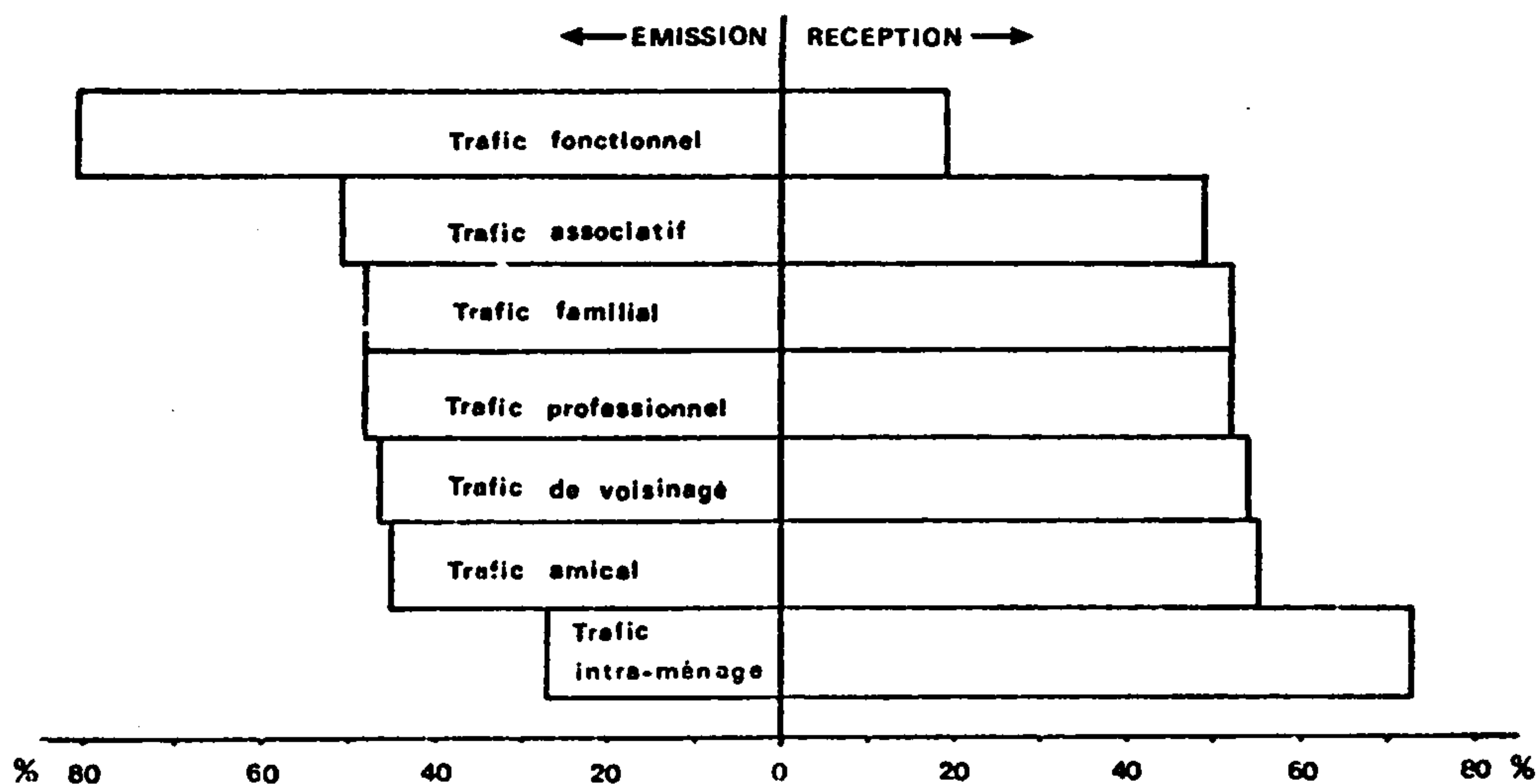


Schéma 1.8 : Orientation du trafic selon le correspondant

En fait, si les trafics avec les correspondants socio-affectifs sont très légèrement sur-représentés à la réception, ce déséquilibre se résorbe pratiquement totalement quand seul le trafic résidentiel est pris en compte.

### 3.2 - Proximité affective et dispersion spatiale

Nous avons vu que le trafic téléphonique résidentiel présentait globalement une forte polarisation sur la circonscription téléphonique de Lyon. Même si l'on retrouve cette tendance lourde pour tous les types de correspondant, elle est néanmoins d'importance variable comme l'indique le diagramme ci-dessous.



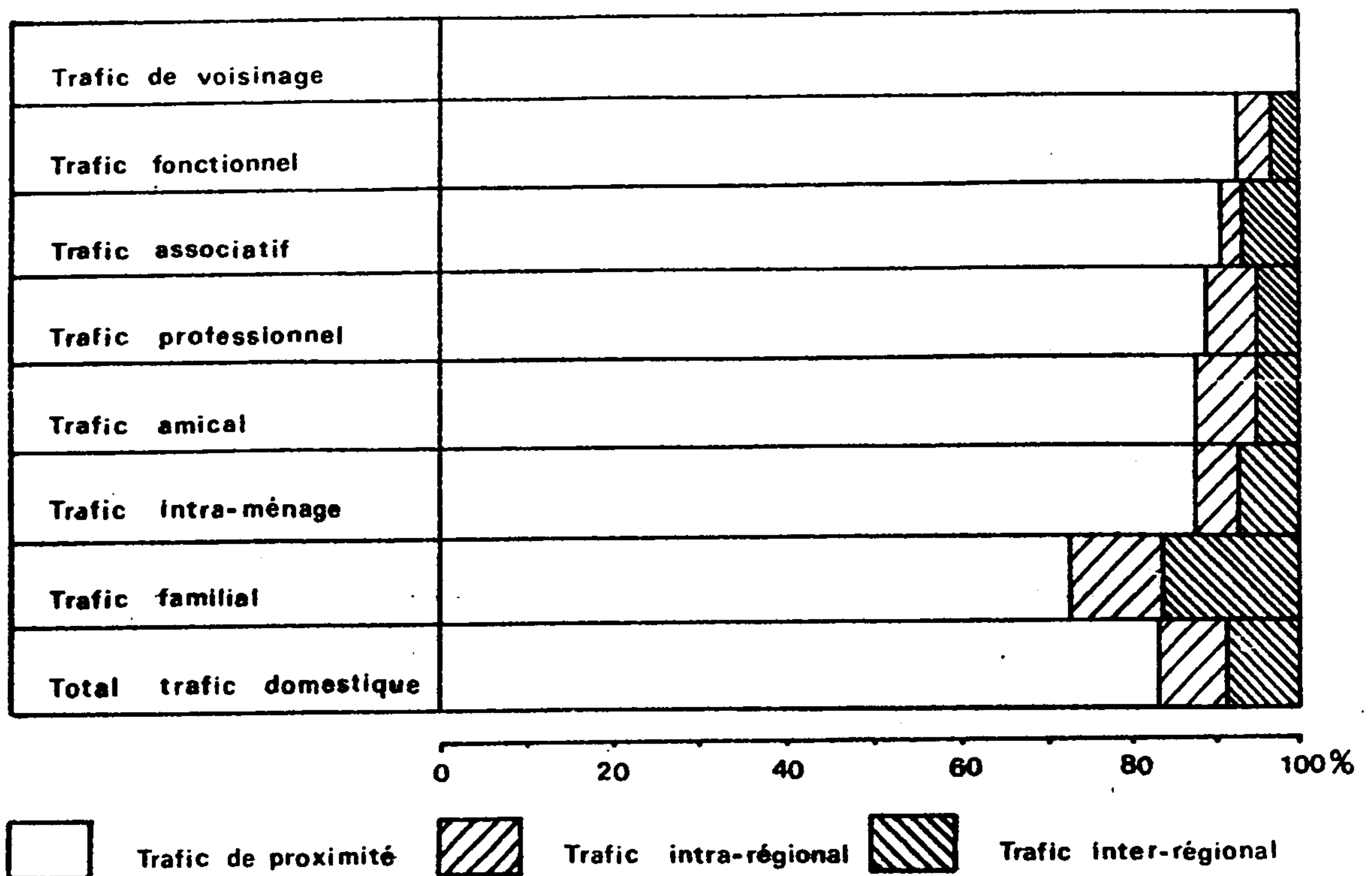


Schéma 1.9 : Distance téléphonique selon le correspondant

Aux deux extrêmes, se positionnent le trafic avec les voisins réalisé à 100 % sur Lyon et ses environs, et le trafic familial dont plus du quart a lieu en dehors de cette zone. Entre ces deux trafics, les structures spatiales du trafic téléphonique selon le type de correspondant sont assez proches.

Ainsi les trois trafics qui concernent des correspondants avec lesquels les liens sont les plus affectifs et reserrés, sont aussi les trafics les moins polarisés. Remarquons toutefois, que le réseau amical, réseau "choisi" par les individus, est moins dispersé que le réseau familial.

### 3.3 - "Indépendants" et correspondants privés au travail

Si la prise en compte de la zone dans laquelle se trouvent les divers correspondants ne les différencient, somme toute, que faiblement, il n'en va pas de même pour le lieu.

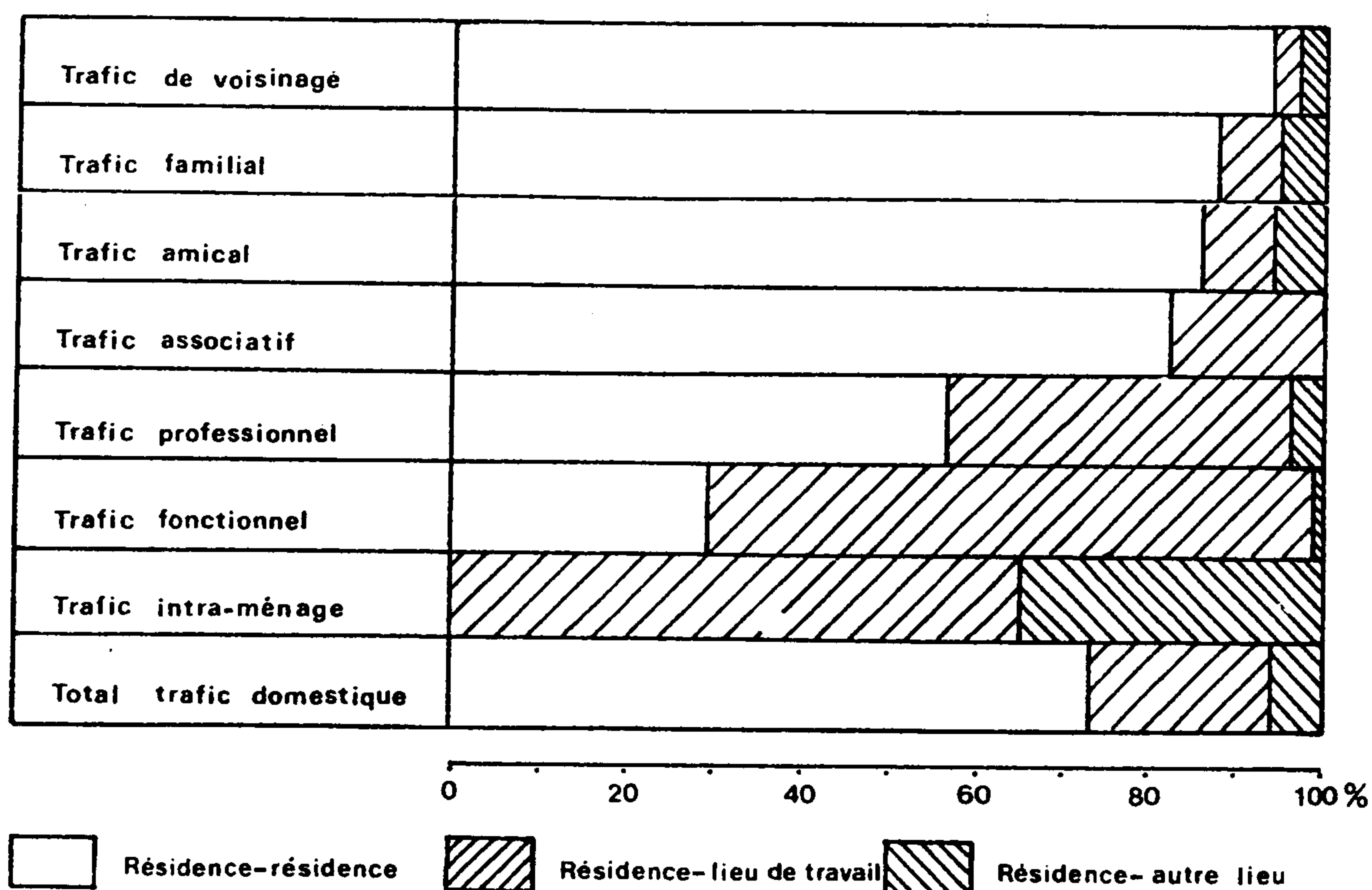


Schéma 1.10 : Correspondants selon le lieu

A côté des quatre trafics essentiellement résidentiels que sont les trafics de voisinage, amical, familial et associatif, deux faits méritent d'être signalés :

- l'existence d'un trafic résidentiel non négligeable avec les relations professionnelles et, (c'est à priori plus surprenant), avec les prestataires de services ; en fait, le paradoxe n'est qu'apparent dans la mesure où un grand nombre de ces prestataires sont des "indépendants", à savoir des abonnés dont la ligne dessert à la fois le logement et le local professionnel ;
- l'existence d'un trafic privé important au lieu de travail ; en totalisant les communications avec un parent, un ami, un voisin ou un membre d'une même association au lieu de travail, on obtient 46 % du trafic résidence-lieu de travail, soit près de 10 % du trafic domestique total. C'est un trafic majoritairement reçu du lieu de travail (à 64 %) alors qu'inversement le trafic avec les correspondants fonctionnels et professionnels au lieu de travail est émis à 77 %.

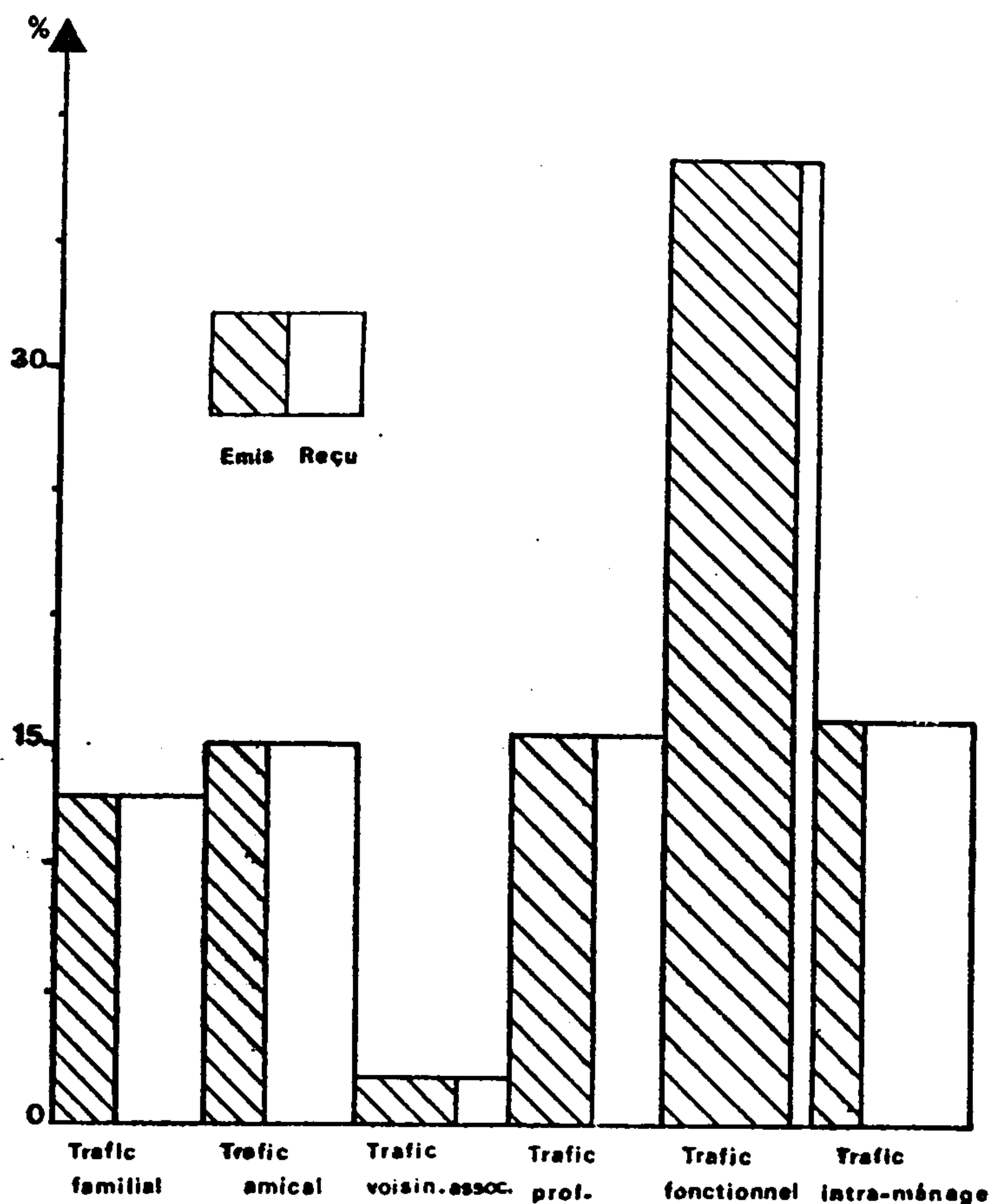


Schéma 1.11 : Trafic au lieu de travail selon le correspondant et l'orientation

Sur la base de ces données, on peut estimer le trafic privé émis par les enquêtés sur le lieu de travail qui n'était pas recensé par le carnet de bord. En effet, on constate que 17 % du trafic reçu provient des correspondants localisés à leur lieu de travail. Sachant par ailleurs que 69 % de ce trafic "domicile-travail" est privé dont 26 % de trafic intra-ménage, on peut évaluer le trafic privé lieu de travail-domicile reçu (hors trafic intra-ménage) à 7 % du trafic reçu. On peut donc estimer, qu'en ne tenant pas compte des communications privées émises du lieu de travail (à l'exception du trafic intra-ménage que l'on retrouve à la réception), nous avons sous-évalué la consommation téléphonique privée des ménages de l'ordre de 7 à 8 %.

Remarquons toutefois que pour disposer d'une bonne estimation de trafic privé au lieu de travail, il conviendrait également de prendre en compte un trafic privé entre des individus se téléphonant de et vers leur lieu de travail. Du fait de notre option de départ, l'observation du trafic des ménages, ces trafics individuels nous échappent complètement mais le seul fait que les heures de présence au lieu de travail coïncident avec les heures d'ouverture des prestataires de services doit inciter à penser que celui-ci est loin d'être négligeable.



#### 4- CARACTERISTIQUES DU TRAFIC SELON LE CORRESPONDANT

A l'issue de cette étude des caractéristiques spatio-temporelles du trafic domestique selon le type de correspondant, nous sommes désormais à même de caractériser chacun des flux de correspondants.

##### 4.1 - Le trafic socio-affectif

Il se compose du trafic familial, du trafic amical et du trafic interne aux ménages.

##### 1) Le trafic familial :

C'est un des flux majeurs du trafic domestique, comme l'on pouvait s'y attendre, puisqu'il représente un peu plus du tiers des communications. C'est un trafic très résidentiel ; c'est le seul à ne pas subir de baisse le dimanche et c'est aussi le moins polarisé en zone proche de tous les trafics comme l'indique le schéma suivant :

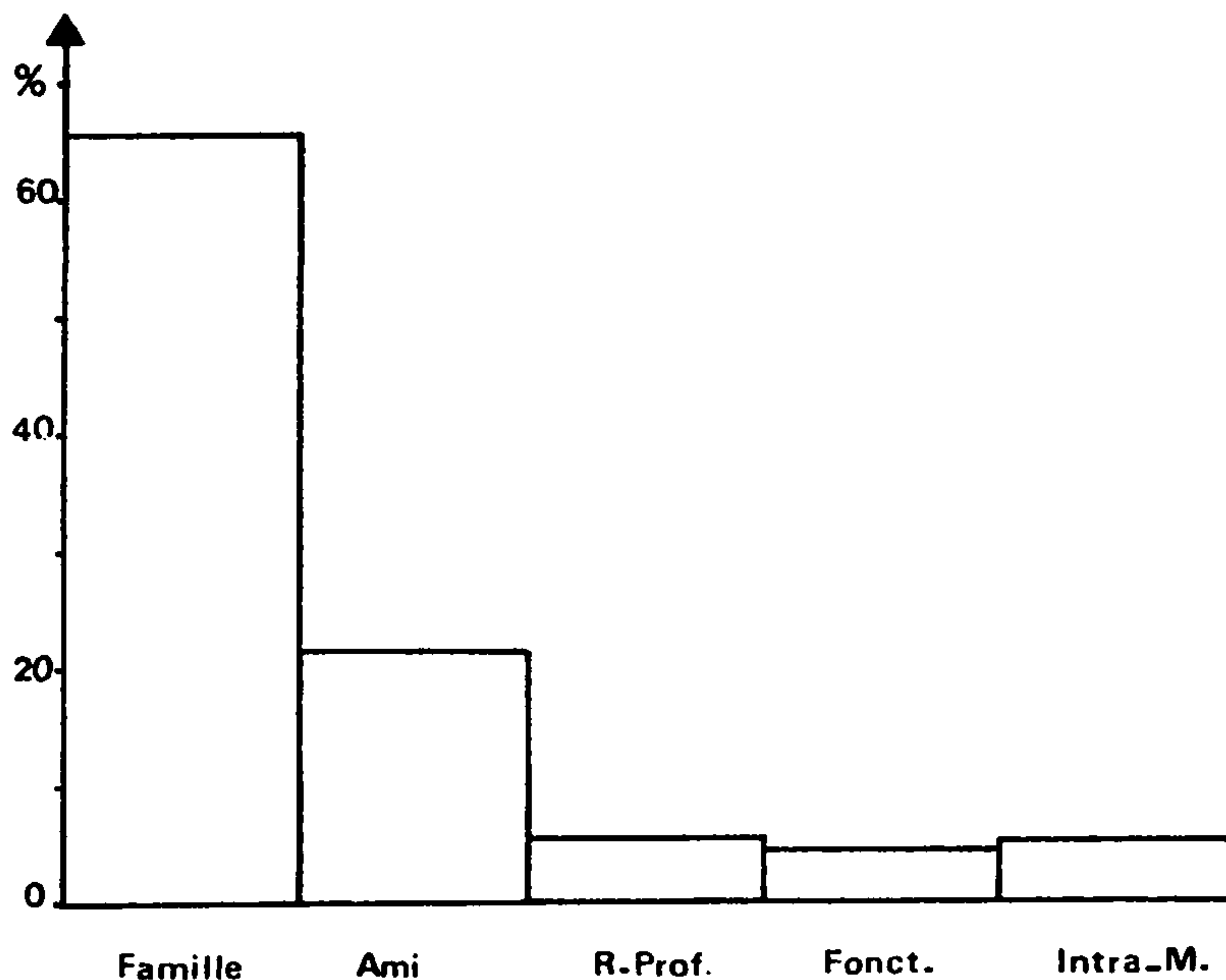


Schéma 1.12 : Le trafic éloigné

Il dure en moyenne moins longtemps que le trafic amical ; outre le poids probable de la contrainte économique due à la distance qui conduirait à "finaliser" ces appels, il n'est pas impossible que se retrouve ici l'influence de deux autres facteurs. D'une part, des fréquences de communication sans doute plus importantes et plus régulières avec la famille qu'avec les amis et, d'autre

part, le caractère plus formel et plus "rituel" des relations téléphoniques avec la famille. Mais, en tout état de cause, il serait nécessaire de revenir sur ces hypothèses lors de l'étude des réseaux de sociabilité.

## 2) Le trafic amical :

C'est le premier flux en volume du trafic domestique. C'est un trafic résidentiel de proximité pour les trois quarts des communications ; plus faible en début de semaine, il subit une montée en charge à partir du Mercredi jusqu'au Samedi, avec notamment une augmentation du trafic au lieu de travail le vendredi, comme s'il s'agissait de préparer les sorties et les loisirs de la fin de semaine.

En décomposant ce trafic selon les trois items proposés dans l'enquête : ami des parents, copain des enfants et simple relation ou connaissance, on observe quelques disparités sensibles en ce qui concerne la polarisation du trafic et la durée des communications :

- ce sont les communications avec les copains des enfants qui durent le plus longtemps ; un usage peut-être plus "sentimental", allié à une disponibilité temporelle importante sont deux facteurs qui pourraient expliquer cette différence ; d'autre part, l'absence de mobilité résidentielle pour les enfants en général, se traduit aussi par un trafic plus polarisé sur la zone proche ;
- si les communications avec les simples relations durent en moyenne moins longtemps qu'avec les amis, elles sont aussi plus polarisées sur l'agglomération lyonnaise et plus concentrées sur les cinq premiers jours de la semaine.

Ces quelques remarques autorisent à penser que, malgré la subjectivité relative des intitulés, l'"ami" diffère sensiblement de la simple relation.

## 3) Le trafic intra-ménage

C'est un trafic tout à fait spécifique, le seul par nature à ne pas être résidentiel. Il se déroule au lieu de travail en zone proche pour plus de la moitié des communications. Il est le plus souvent reçu par les ménages, et contrairement aux autres trafics socio-affectifs, il est très court, avec une durée moyenne de l'ordre des durées que l'on observe pour les correspondants fonctionnels. C'est le type même du trafic entre des correspondants socio-affectifs avec probablement un contenu fonctionnel, ce que nous ne manquerons pas de vérifier lors de l'étude de son contenu.

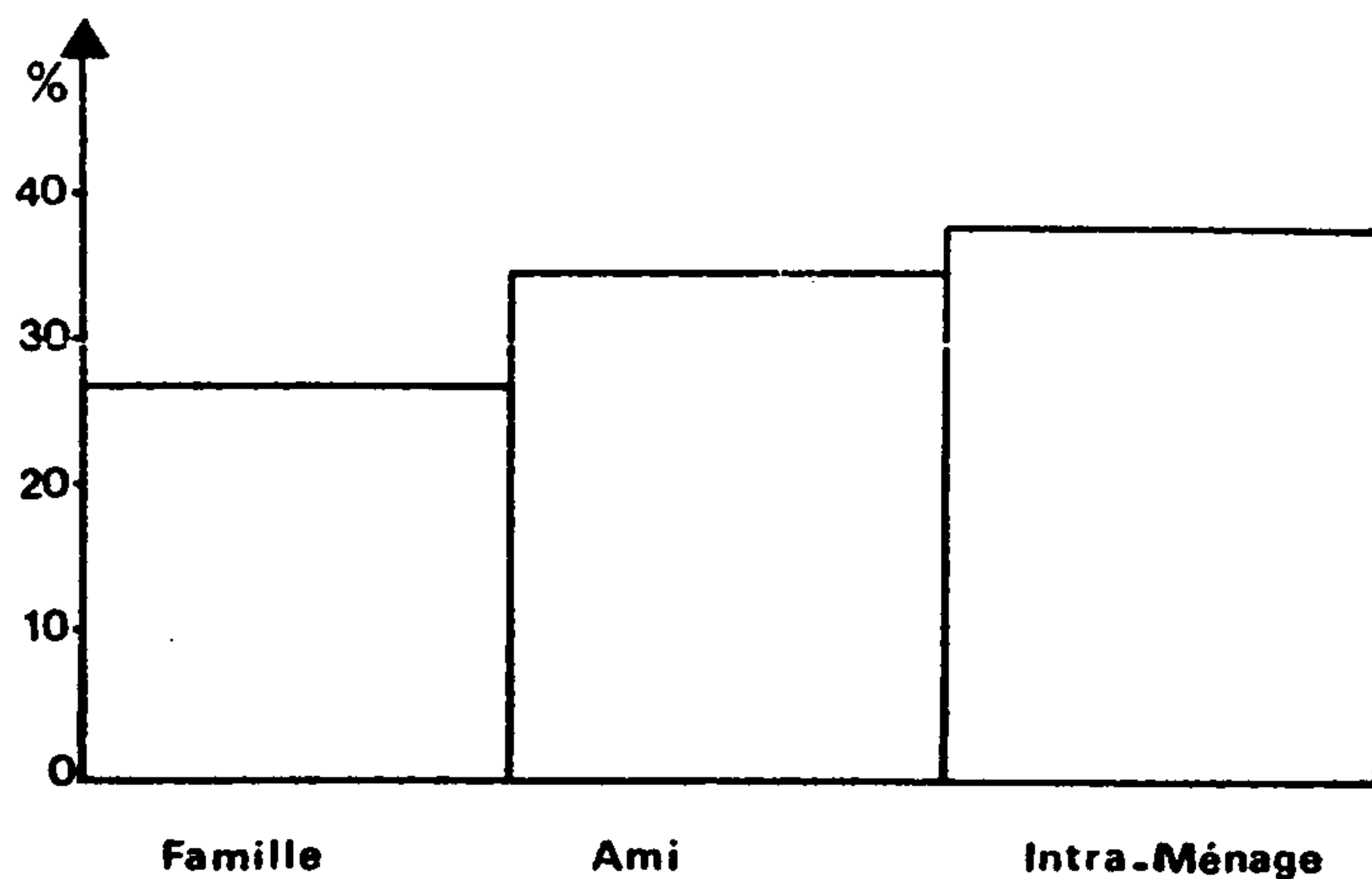


Schéma 1.13 : Trafic reçu des cabines

#### 4.2 - Le trafic avec les correspondants fonctionnels

C'est un trafic essentiellement émis qui inclue les appels téléphoniques d'urgence qui, bien que peu nombreux, légitiment la possession du téléphone pour nombre de ménages abonnés. C'est à 64 % un trafic de proximité au lieu de travail (ce qui le rapproche du trafic intra-ménage) avec une durée moyenne courte. Il est, tout comme le trafic professionnel, concentré au début de la semaine (13), comme s'il s'agissait de mettre en oeuvre dès le lundi des décisions relevant de la gestion de la petite "entreprise-ménage" prises le week-end. Enfin, s'il ne représente que 20 % du trafic domestique émis, il ne faut pas oublier que les appels de ce type effectués au lieu de travail pendant les heures ouvrables n'apparaissent pas dans notre enquête.

#### 4.3 - Le trafic professionnel

Avec 8 % du trafic total, il est loin d'être négligeable surtout si l'on tient compte du fait qu'il ne peut concerner pratiquement que les seuls actifs. Comme nous l'indiquons dans la présentation de la nomenclature des correspondants, il relève d'une relation qui peut osciller entre deux modalités, amicale d'un côté et strictement professionnelle de l'autre. De fait, cette "mixité" se reflète dans sa configuration spatio-temporelle ; tout comme le trafic avec les prestataires de services, il est proche, concentré sur le début de la semaine et les heures ouvrables ; tout comme le trafic socio-affectif, il est équilibré en ce qui concerne son orientation ; enfin sur deux critères, la durée et le lieu, il se situe à mi-chemin entre les deux grands types homogènes de trafic et, ici encore, seule une analyse du contenu devrait nous permettre de préciser sa nature et sa fonction.



#### 4.4 - Le trafic de voisinage et le trafic associatif

Le seul fait marquant qu'on peut relever au sujet du trafic avec les voisins tient, et ce n'est pas une surprise, à sa proximité spatiale très forte puisqu'il s'agit à 94 % d'un trafic résidentiel de proximité. En cela, il s'oppose au trafic associatif, lui aussi très proche, mais ayant plus souvent lieu au travail. En fait, la faiblesse de ces deux échantillons nous empêche de préciser leur nature tant que leur contenu ne sera pas exploré.

A l'issue de l'étude des caractéristiques spatio-temporelles du trafic domestique, nous avançons comme une conclusion importante, la brièveté d'une grande majorité des communications, ce qui laissait supposer un usage plutôt fonctionnel du téléphone. Mais, comme l'indique le diagramme ci-dessous, il faut se garder d'assimiler trop rapidement le trafic fonctionnel au trafic avec les correspondants fonctionnels :

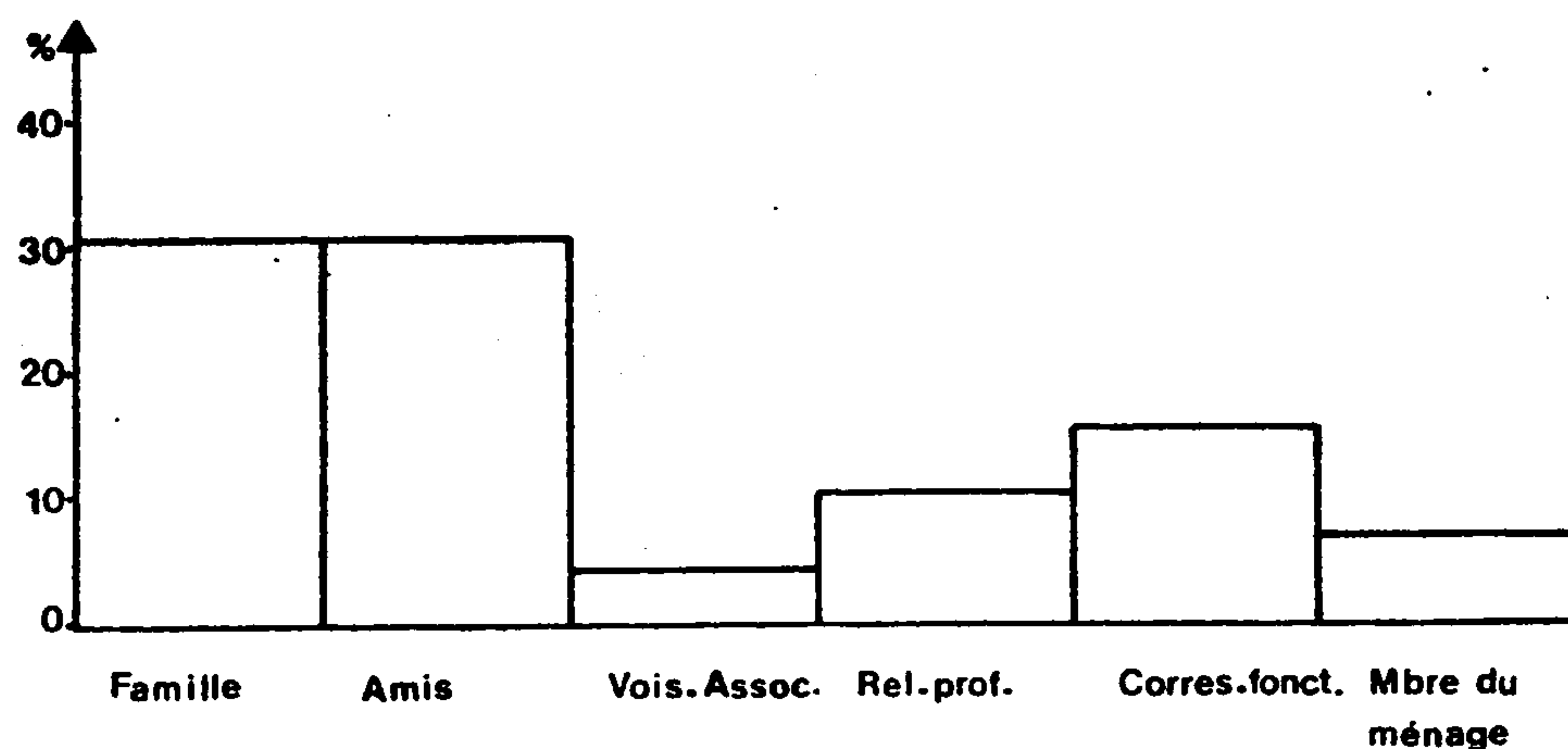


Schéma 1.14 : Trafic court inférieur ou égal à 5 mn  
selon le correspondant

Finalement, ce sont plus des 2/3 des communications inférieures à 5 mn qui sont réalisées avec des correspondants socio-affectifs ; c'est peut-être d'ailleurs cette existence de relations téléphoniques très courtes avec les amis ou la famille qui constitue un des aspects majeurs du développement récent du téléphone domestique. Ce qui est nouveau, ce ne sont pas tant les interactions courtes avec les correspondants fonctionnels, car elles l'ont généralement toujours été, mais plutôt cette apparition d'interactions brèves au sein de réseaux qui se maintenaient jusque là par des rencontres en face à face plus longues ou grâce à une correspondance dont on sait par ailleurs qu'elle a beaucoup souffert de l'introduction du téléphone. Il est clair que, l'étude du contenu des communications qui va suivre, devrait nous permettre de mieux cerner ce phénomène.

### III - AU COEUR DES COMMUNICATIONS : LES MOTIFS

Le repérage, puis l'analyse du contenu des communications téléphoniques sont des problèmes très délicats. Les informations dont nous disposions sur ce sujet lors de la réalisation du carnet de compte étaient très fragmentaires. Pourtant, l'élaboration d'une grille permettant de repérer le contenu des communications téléphoniques était un objectif prioritaire.

Plus exactement l'objectif fondamental était de redonner un sens, une raison d'être, une signification aux communications recensées. Pour cela, une analyse de contenu des communications téléphoniques, des différentes informations transmises, aurait été un moyen adéquat. A défaut, nous avons opté pour un outil, le motif d'appel ou la raison d'agir, nous permettant d'approcher le contenu de la communication et de lui redonner sens et signification.

Nous avons donc porté un soin tout particulier à la réalisation d'une grille permettant de définir le motif de telle ou telle communication téléphonique. Avant de présenter les résultats obtenus, il nous semble important d'explicitier les principes et les objectifs qui conduisent à la solution retenue. Il sera possible alors d'interpréter les résultats obtenus et de proposer enfin une typologie plus opérationnelle des motifs de communication téléphonique.

#### 1 - UNE PROBLEMATIQUE : REDUIRE LA COMPLEXITE - SAUVEGARDER LE SENS

L'élaboration d'une grille de motif des communications téléphoniques est le fruit d'un arbitrage entre la nécessité de réduire la complexité du contenu d'une communication interactive, afin de pouvoir la caractériser à l'aide d'informations relativement simples, sans pour autant trop déformer le sens profond de cette communication. Pour réaliser au mieux cet objectif, quelques principes ont dû être définis et une méthode de travail a été mise en oeuvre.

##### 1.1 - Principes de la réalisation d'une grille de motif

Etant donnée la nature très souvent polymorphe du contenu d'une communication interactive, il n'était pas envisageable dans le cadre d'un carnet de bord auto-administré de demander à l'enquêté de rendre compte des différentes facettes de son entretien téléphonique. L'option retenue a été de se limiter au repérage du motif principal de la communication, sachant par ailleurs que l'on ne pourrait ainsi pas rendre compte de la diversité des sujets abordés lors d'une communication téléphonique. Nous avons alors défini le motif principal d'appel de la manière suivante : il s'agit de la raison ayant conduit l'enquêté ou son correspondant à décrocher le combiné téléphonique. Cela nous a conduit à hiérarchiser les différents motifs de communication téléphonique afin de



choisir pratiquement à la place de l'enquêté lorsque celui-ci hésiterait entre deux modalités.

Après avoir retenu le principe d'une grille de motif principal hiérarchisée, un deuxième choix s'imposait entre une grille relativement simple et une grille relativement complexe. L'arbitrage relevait ici d'un choix entre un taux de réponse optimal à la question "motif de la communication" et un repérage fin de ces motifs. L'analyse des motifs de communication téléphonique est un objectif prioritaire de cette étude ; nous avons alors retenu le principe d'une grille plutôt complexe, nous permettant par la suite de réaliser une typologie pertinente et opérationnelle des motifs de communication. Plutôt que d'opérer des regroupements à priori, il nous a semblé préférable, compte tenu de l'état des connaissances très balbutiantes sur cette question, de se donner la possibilité d'opérer des regroupements a posteriori.

Ayant opté pour la complexité, il restait à en trouver une présentation simplifiée afin de produire une grille claire, compréhensible et "digeste" pour les enquêtés. A cet égard l'expérience issue de l'enquête réalisée deux ans plus tôt par le service S.P.A.F. de la D.G.T. nous a été très utile. Lors d'un entretien avec P. PERRIN, qui a été au coeur de la réalisation de l'enquête de la D.G.T., nous avons tiré le bilan de l'efficacité de la grille de motif qu'ils avaient retenue ; nous avons été conduits à une définition très fonctionnaliste en apparence des motifs de communications, ceux-ci pouvant être définis selon l'expression de P. PERRIN comme "une action à réaliser, dans un but précis, avec un résultat attendu". Nous avons été amenés pour notre part à retenir les deux premières propositions de cette définition. Le motif principal de la communication téléphonique a alors été défini comme une action à réaliser dans un but précis. Cette vision apparemment fonctionnaliste a l'énorme avantage de permettre une présentation simplifiée du motif principal d'une communication. Cependant, si elle est très fonctionnaliste dans sa formulation, elle permet également de rendre compte de la dimension relationnelle d'une communication interactive. En effet, si une communication peut être une action à réaliser dans un but déterminé, elle peut également être plus simplement une discussion (la discussion est assimilée à l'action) portant sur un domaine particulier (le domaine est assimilé au but). Ainsi avec une grille qui décompose le motif principal en une action et un but, on peut rendre compte à la fois de l'utilisation fonctionnelle et relationnelle du téléphone.

A la lumière de ces quelques réflexions, nous avons donc retenu le principe d'une grille de motifs hiérarchisée et complexe qui se présente sous la forme d'une combinaison d'actions à réaliser dans tel ou tel but déterminé.

## 1.2 - Une méthodologie artisanale

Une fois défini les principes formels de construction de cette grille de motifs, il restait à définir les différents types d'action et de but à retenir en évitant deux écueils :

- une liste trop importante d'action ou de but ;
- des modalités "fourre-tout" perdant tout contenu.



Afin de définir les différentes modalités à sélectionner, nous avons retenu une méthode très artisanale, les écoutes téléphoniques étant soit impossibles soit inavouables. La méthode retenue a été de faire plusieurs aller-retour entre une définition intuitive des différentes modalités d'action et de but, et une vérification, voire une remise en cause empirique de ces intuitions.

Le premier aller-retour s'est fait entre une première conception déductive d'une grille de motifs et un recueil du contenu (14) portant sur environ 200 communications réalisées lors de l'enquête précédemment citée de la D.G.T.. Nous disposons ainsi d'une source d'information très riche nous permettant de tester la pertinence de la grille.

Le deuxième aller-retour s'est réalisé entre une nouvelle grille issue du travail précédent, et un test que nous avons réalisé auprès de 20 ménages consistant à recueillir le motif de la manière la plus précise possible puis à faire choisir par l'enquêté une action et un but sur une liste. Nous avons pu ainsi tester la grille, et sa capacité à résumer, déformer et transformer le contenu réel de la communication. Nous avons eu alors la possibilité de revenir sur ces déformations afin de les maîtriser dans la grille définitive que nous avons retenue.

Il serait bien évidemment trop présomptueux d'affirmer que nous maîtrisons parfaitement les biais produits par cette grille et notamment celui lié aux stratégies d'autovalorisation des enquêtés. Cependant le processus interactif entre réflexion et expérience nous a permis d'éviter sans doute quelques erreurs.

### 1.3 - Présentation de la grille

La grille que nous avons retenue se présente sous la forme de 16 actions et 11 buts, soit 176 motifs différents possibles (cf. grille ci-jointe). Les seize actions proposées sont relativement désagrégées ; nous avons été amenés à distinguer la prise de rendez-vous et l'annulation de rendez-vous, l'échange de nouvelles et "passer un moment avec quelqu'un" etc... Les onze buts sélectionnés recouvrent les principales activités de la vie quotidienne d'un individu : affaires professionnelles, scolarité, achats, loisirs, ...

Sur les 176 possibilités offertes à l'enquêté, 166 modalités ont été retenues au moins une fois lors des 6 225 communications réussies que nous avons recensées, et 95 modalités ont été utilisées au moins 15 fois. A notre avis, cela signifie que cette grille était relativement bien dimensionnée, et ce d'autant que chaque but et chaque action ont été utilisés au moins 50 fois.

Enfin et surtout, les catégories "Autre action" (type 16) et "Autre but" (type 11), ne nous semblent pas avoir été trop utilisées :

- 2,3 % des actions ont été définies "autre action"
- 10,7 % des buts ont été codés "autre but" ; cependant si l'on déduit de ce chiffre les "autre but" liés aux actions "échanger des nouvelles - passer un moment avec quelqu'un" qui sont souvent des actions sans but autre que la

### TABLEAU 1.2 Grille des motifs

<b>MOTIF DE LA COMMUNICATION</b>		<b>BUT DOMAINE</b>	
<p>Une communication téléphonique peut avoir plusieurs motifs d'APPEL. Nous ne nous intéressons ici qu'à un MOTIF D'APPEL PRINCIPAL. Une communication peut être caractérisée par une ACTION à réaliser dans un BUT ou un DOMAINE précis. On vous demande de déterminer ainsi le motif de votre appel ou de celui de votre correspondant.</p> <p>Si vous hésitez entre plusieurs ACTIONS ou domaines BUTS, prenez celui qui apparaît le premier dans les listes.</p>			
<b>ACTION</b>		<b>Numéro à reporter dans le carnet</b> 	
URGE ANON SERV RDVP RDVC RDVM RDVA RECO ORGA ENPB REPS INFO PREV MOME NOUV AUTA	Appeler en cas d'urgence  Passer ou répondre à une annonce  Demander ou rendre un service  Prendre un rendez-vous, annoncer une visite  Confirmer un rendez-vous, une visite  Modifier un rendez-vous, une visite  Annuler un rendez-vous, une visite  Réserver, commander  Organiser une activité  S'entretenir d'un problème  Résoudre un problème  Renseigner, informer, se renseigner, s'informer  Prévenir d'un changement d'emploi du temps  Passer un moment avec quelqu'un  Prendre, donner ou échanger des nouvelles  Autre action	<b>EN VUE DE</b>  <b>AU SUJET DE</b>	
PROF VIAS SANT ACHA SCOL MARI INVI LOIS PERS MEN AUTA	1 Activités, affaires professionnelles 2 Vie associative, syndicale ou professionnelle 3 Problèmes de santé 4 Achat, vente, location 5 Scolarité, études 6 Mariage, naissance, décès 7 Invitation, visite 8 Loisirs, distractions, sorties 9 Problèmes personnels ou affectifs 10 Intendance familiale, affaires ménagères, vie quotidienne de votre ménage 11 Autre but ou autre domaine	<b>Numéro à reporter dans le carnet</b> 	



relation avec autrui, ce pourcentage tombe à 7 %.

Si l'on tient compte de plus des non-réponses, on obtient les résultats suivants :

- 96 % des actions des 6 225 communications recensées sont connues avec précision ;
- 90 % des buts sont identifiés de manière précise ;
- 85 % des motifs sont identifiés à l'aide d'une action et d'un but précis.

Ces résultats sont relativement satisfaisants puisqu'il nous semble préférable de connaître de manière fine 85 % des motifs des appels téléphoniques plutôt que d'en connaître de manière grossière 95 %. Il n'est d'ailleurs absolument pas prouvé qu'une nomenclature plus grossière des motifs donnerait de meilleurs résultats, car, dans ce cas, la catégorie "autres motifs" risquerait d'être plus souvent utilisée.

Ce détour par les principes et la méthode ayant guidé la réalisation de cette grille, nous semblait suffisamment important au regard des objectifs d'une étude sur l'utilisation du téléphone pour justifier l'importance que nous lui avons accordée. Il est temps de passer à la présentation des principaux résultats obtenus sur le contenu du trafic téléphonique et de la typologie des motifs que nous avons construite.

## 2 - LES FONCTIONS DU TELEPHONE

L'analyse des résultats obtenus sur les motifs des communications téléphoniques nous permette de mettre en évidence trois actions principales et trois buts ou trois domaines privilégiés.

### 2.1 - Discution - Gérer - Informer

Sur les 6 225 communications réussies enregistrées, la part relative de chaque modalité d'action retenue est présentée dans le tableau 1.3. A la lecture de ces résultats, plusieurs remarques s'imposent ; la première porte sur la hiérarchie des actions.

En effet, si l'on reclasse les actions par ordre d'importance relative, les trois actions les plus citées sont les suivantes :

- "passer un moment avec quelqu'un et échanger des nouvelles" (21,6 %)
- "prendre ou confirmer un rendez-vous ou une visite" (18,4 %)
- "informer, renseigner ou s'informer, se renseigner" (13,8 %).

A travers ces trois groupes d'action, on retrouve très clairement les trois principales fonctions du téléphone autour desquelles gravitent les



autres actions :

- premièrement la fonction "discussion" ou "relation" ; le téléphone est dans ce cas un moyen de communication au sens strict, c'est-à-dire servant à entretenir des relations avec des correspondants ;
- deuxièmement, la fonction "gestion", le téléphone servant ici à gérer des activités, à gérer son emploi du temps, voire à organiser ses activités ;
- troisièmement, la fonction "information", le téléphone étant alors utilisé pour s'informer ou informer ; la communication téléphonique reste ici centrée sur la discussion, mais cette discussion est sans doute beaucoup plus finalisée que dans le premier cas.

A côté de ces trois fonctions principales du téléphone - discuter, gérer, informer - il est intéressant de constater que la fonction "sécurité", très souvent mise en avant au niveau des motifs d'abonnement téléphonique des ménages, est relativement marginale dans l'utilisation qui en est faite, les appels en cas d'urgence représentant 1 % des motifs d'appel. Le téléphone représente avant tout une sécurité potentielle.

Il n'est également pas sans intérêt de constater que, si plus de 25 % de l'utilisation du téléphone sert à gérer des relations face à face (actions 4 à 7 et action 13), il n'est pas rare qu'il soit utilisé afin de différer ou annuler ces mêmes relations (actions 6,7,13). La place centrale du téléphone dans la gestion des contraintes temporelles des individus apparaît ici clairement, sachant par ailleurs qu'il peut parfois servir à fuir de manière plus ou moins élégante des relations elles-mêmes contraignantes.

## 2.2 - Vie privée - Vie sociale - Vie active

Rappelons ici que le but ou le domaine sélectionné peut désigner alternativement :

- l'activité à réaliser dans le cas d'une communication téléphonique servant plutôt à gérer une activité (ex : prendre un rendez-vous chez un médecin) ;
- le domaine de la vie quotidienne sur lequel a porté la discussion dans le cas d'une communication plus relationnelle entre deux individus (ex : prendre des nouvelles de la santé de quelqu'un).

Les résultats obtenus sur chaque modalité de but retenue sont présentés dans le tableau 1.3. Ils appellent quelques remarques, la première portant sur leur hiérarchie. Par ordre décroissant on peut dégager trois buts ou domaines principaux d'utilisation du combiné :

- les problèmes personnels ou affectifs qui représentent 12,8 % du trafic ;
- les loisirs, distractions et sorties qui sont à l'origine de 12,5 % des appels téléphoniques ;
- les activités et affaires professionnelles qui occasionnent 12,1 % des communications.

A travers ces trois buts, on retrouve très concrètement trois des

TABLEAU 1.3 Motifs des communications téléphoniques

N°	ACTION	en %
1	Appeler en cas d'urgence	1,0
2	Passer ou répondre à une annonce	0,8
3	Demander ou rendre un service	7,3
4	Prendre un rendez-vous, annoncer une visite	11,5
5	Confirmer un rendez-vous, une visite	6,9
6	Modifier un rendez-vous, une visite	2,7
7	Annuler un rendez-vous, une visite	2,0
8	Réserver, commander	1,3
9	Organiser une activité	7,0
10	S'entretenir d'un problème	9,7
11	Résoudre un problème	3,0
12	Renseigner, informer, se renseigner, s'informer	13,8
13	Prévenir d'un changement d'emploi du temps	2,6
14	Passer un moment avec quelqu'un	5,4
15	Prendre, donner, échanger des nouvelles	20,7
16	Autre Action	2,3
N°	BUT	en %
1	Activités, Affaires professionnelles	12,1
2	Vie associative, syndicale ou politique	3,6
3	Problème de santé	9,5
4	Achat, vente, location	4,2
5	Scolarité, Etudes	3,2
6	Mariage, naissance, décès	1,2
7	Invitation, visite	10,2
8	Loisirs, distractions, sorties	12,5
9	Problèmes personnels ou affectifs	12,8
10	Intendance familiale, affaires ménagères, vie quotidienne de votre ménage	11,7
11	Autre but ou autre domaine	10,7





principaux domaines de la vie quotidienne des individus, à savoir :

- les activités relatives à la vie privée d'un individu représentées ici par ses problèmes personnels et sa vie affective ;
- les activités relatives à la vie sociale des personnes, repérées par leurs loisirs et leurs sorties ;
- enfin, les activités liées à leur vie active identifiées par le trafic téléphonique orienté vers les activités professionnelles.

On verra ultérieurement de quelle manière on peut regrouper les autres buts ou domaines des communications téléphoniques autour de ces trois catégories. Mais, il convient auparavant de remarquer l'importance relative de trois autres domaines d'utilisation du téléphone :

- la gestion de la vie quotidienne du ménage,
- les invitations et visites,
- la santé où l'on retrouve en filigamme et de manière plus conséquente, la fonction "sécurité" du téléphone.

### 2.3 - Les principaux motifs

Lorsque l'on croise les actions et les buts afin de repérer les principaux motifs de communications téléphoniques, on peut mettre en évidence trois types dominants : les discussions privées, la gestion de loisirs, l'échange d'informations professionnelles.

#### 1) Les discussions privées

Pour rendre compte de ce groupe de communications, la représentation caricaturale d'une communication téléphonique standard n'est pas inutile. Imaginons une communication entre deux membres d'une même famille : "Allo !", "Bonjour, c'est moi", "comment vas-tu ?", "Le moral, la santé, les enfants ?". C'est le profil même d'une communication n'ayant d'autre objectif que celui d'échanger des nouvelles, de passer un moment avec quelqu'un. On retrouve tout à fait ce profil dans le tableau croisé Action/But puisque :

- 7,2 % des communications servent à discuter de problèmes personnels ou affectifs,
- 4,4 % sont consacrées aux échanges de nouvelles relatifs à la santé,
- 3,3 % portent sur la vie quotidienne du ménage.

Dans ces communications, on trouve les usages relationnels du téléphone qui met en liaison deux individus qui peuvent alors discuter, maintenir, développer ou approfondir leurs relations.

#### 2) La gestion de loisirs ou d'invitation

On retrouve ici la formule populaire consacrée : "on se téléphone,

on se fait une bouffe !". Le téléphone est alors utilisé pour préparer, organiser des rencontres ou des loisirs :

- 8,6 % des communications servent à prendre ou confirmer un rendez-vous pour une invitation, des loisirs, des sorties ;
- 3,2 % des appels visent à organiser des loisirs ou des sorties.

Contrairement aux relations privées qui sont des communications où les relations interpersonnelles se développent, la gestion de loisirs ou d'invitation permet de préparer des activités ultérieures ou peuvent se nouer, se renouer, se développer des relations interpersonnelles. Les communications téléphoniques sont ici plutôt fonctionnelles.

### 3) L'échange d'informations professionnelles

Il est intéressant de constater que la vie professionnelle occupe une place assez importante dans l'activité téléphonique domestique des ménages. Cette place nous semble d'autant plus significative qu'à la différence des deux premiers motifs de communication, ce type ne peut apparaître que chez les ménages où il y a au moins un actif. On peut ainsi remarquer que la vie privée et la vie active ne sont pas deux univers disjoints de la vie quotidienne des individus puisque si 10 % du trafic privé est émis du lieu de travail, environ 12 % du trafic émis ou reçu au domicile est relatif au trafic professionnel.

On peut mettre en évidence deux motifs principaux d'appels professionnels de type résidentiel :

- l'échange d'information (s'informer, s'entretenir d'un problème) qui représente environ 4 % du trafic total ;
- la prise et la confirmation de rendez-vous (3,2 % du trafic téléphonique).

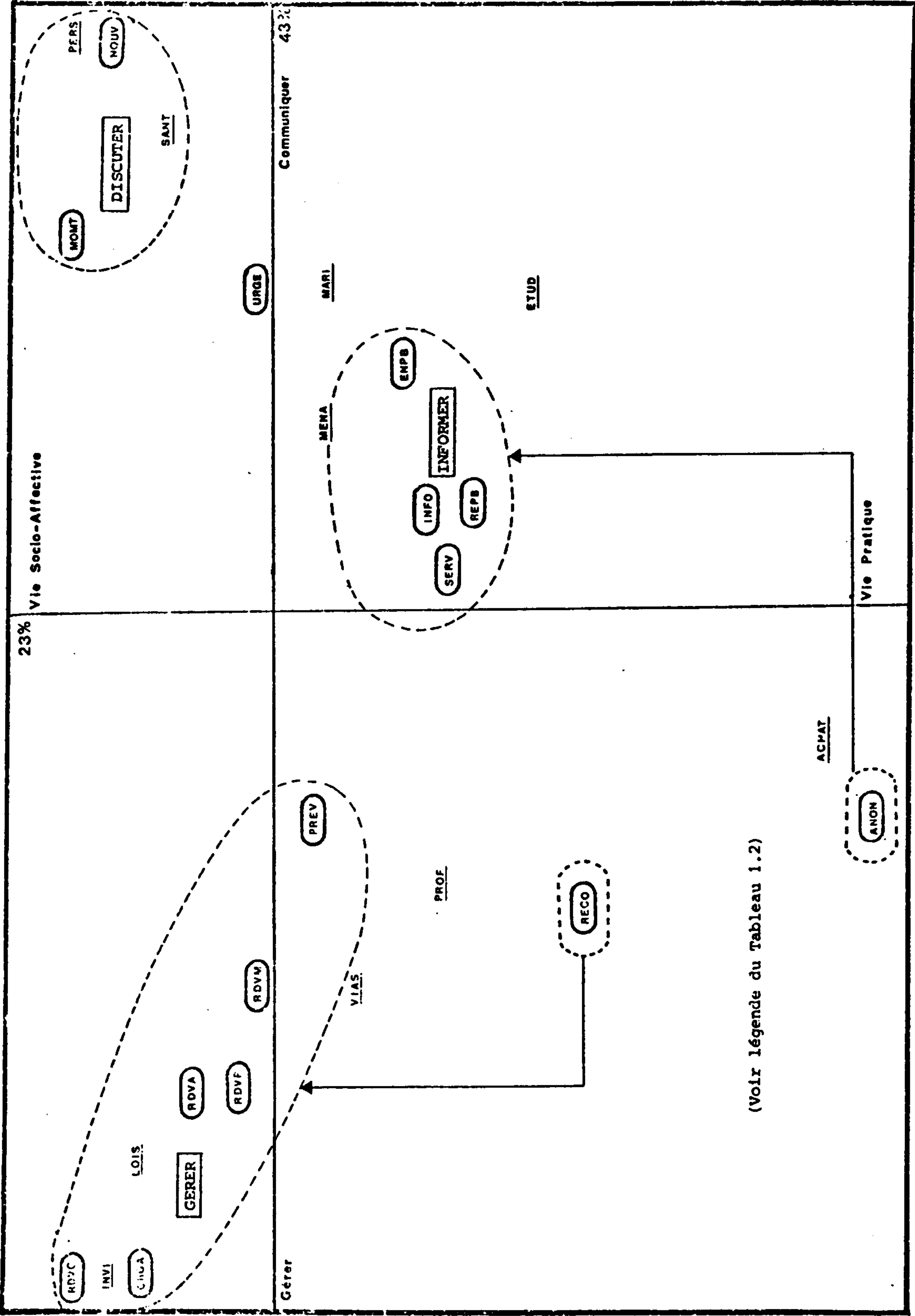
L'échange d'informations professionnelles est sans doute le fait de communications en majorité assez fonctionnelles, mais il y a aussi dans ces communications des dimensions relationnelles à ne pas négliger.

Les trois principaux motifs de communication téléphonique ainsi recensés sont une combinaison particulière des trois actions dominantes - discuter - gérer - informer - et des trois buts ou domaines les plus fréquents - vie privée - vie sociale - vie active. D'autres combinaisons actions/buts sont bien évidemment présentes, nous les retrouverons à l'issue de la typologie que nous avons réalisée et qu'il convient de présenter après cette première réflexion.

## 3 - VERS UNE TYPOLOGIE DES MOTIFS

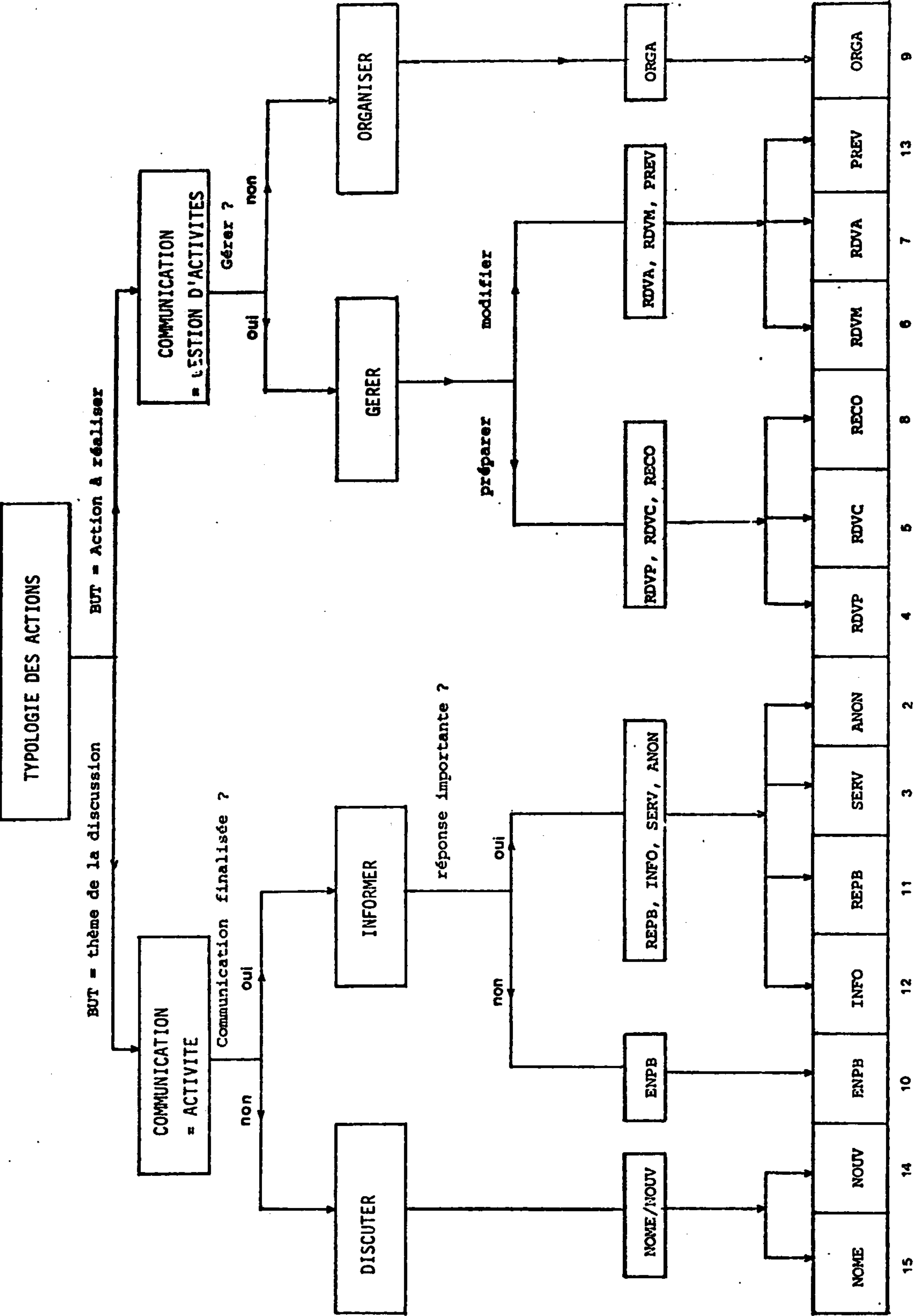
Sur la base de ces premiers résultats, il devenait indispensable pour la poursuite de l'étude de réaliser une typologie des communications téléphoniques caractérisées par leur contenu principal afin de passer de 176 motifs potentiels à une dizaine de types d'appels contrastés. La démarche retenue a été un processus itératif entre les premières interprétations et les résultats

SCHEMA 1.15 Analyse factorielle des correspondances Action/But





SCHEMA 1.16 Typologie des actions



fournis par les techniques d'analyse multidimensionnelle des données (analyse factorielle des correspondances, classification ascendante hiérarchique, typologie). Le principe retenu a été de regrouper les actions en fonction de leur distribution par rapport aux buts et vice et versa. Cela nous a conduit à réaliser d'abord une typologie sur les actions, puis une typologie sur les buts et enfin une typologie synthétique sur les motifs.

### 3.1 - La typologie sur les actions

Les résultats obtenus à l'aide de l'analyse factorielle des correspondances action-but, présentés dans le schéma 1.15, nous permettent de retrouver les trois principaux types d'action déjà dégagés : discuter - gérer - informer. La projection des différentes actions sur les deux premiers axes de l'analyse factorielle permet d'attribuer un sens à chacun de ces axes :

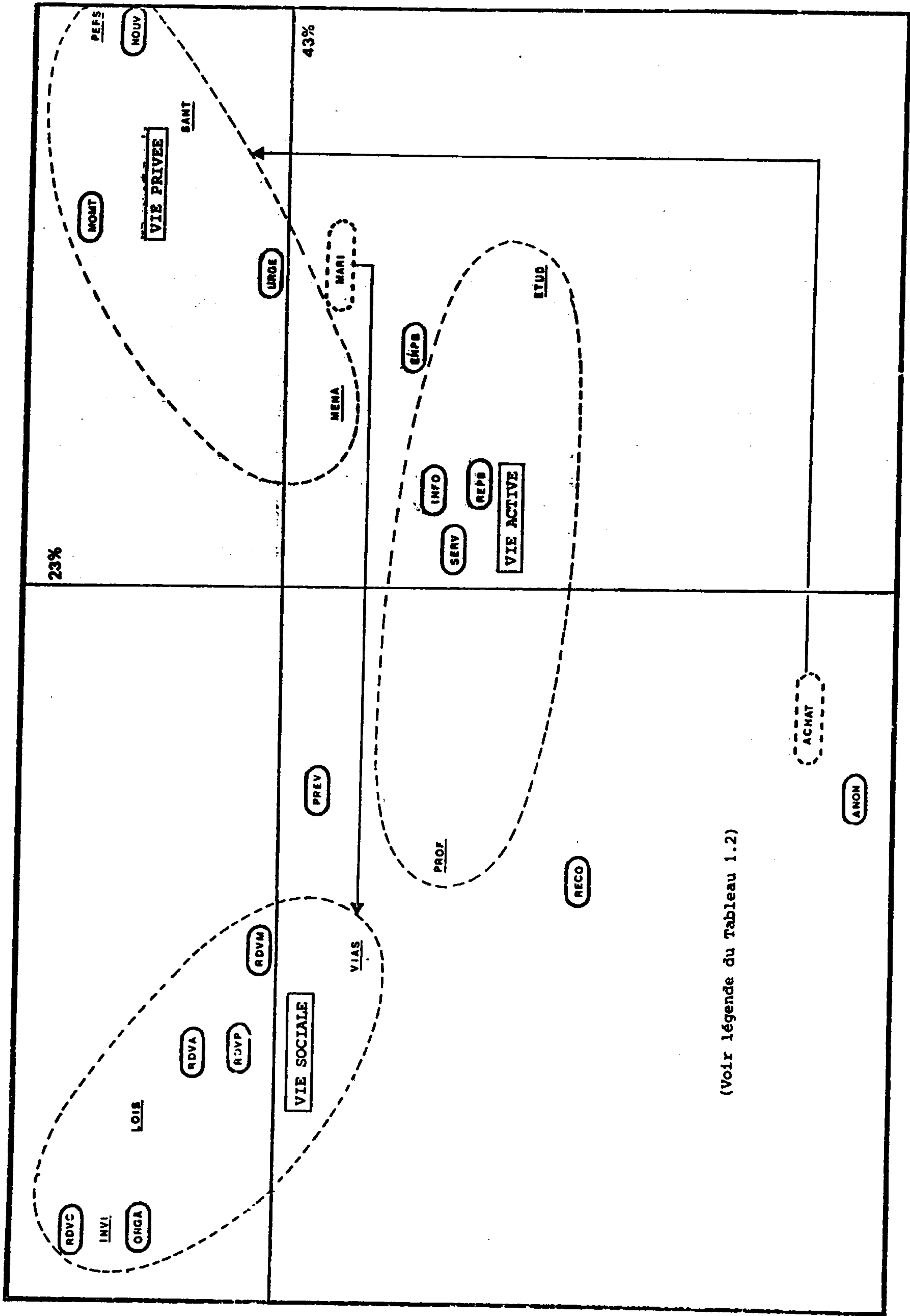
- l'axe horizontal différencie la gestion d'activité à gauche de l'échange des nouvelles à droite ;
- l'axe vertical sépare les actions relatives à la vie pratique (répondre à une annonce, réserver, commander), des actions relatives à la vie plus socio-affective (passer un moment avec quelqu'un).

C'est autour de ces deux axes que s'organisent les trois principaux types d'action. Sur la base de ces résultats, nous avons pu alors construire une typologie des actions qui, en fait, repose sur une construction à trois étages (cf. organigramme 1.16) :

- le premier étage permet de distinguer deux types d'action ; les communications téléphoniques qui constituent par elles-mêmes une activité ; les communications qui servent à gérer ou à organiser des activités ; dans le premier cas le téléphone est un moyen de communication, dans l'autre c'est un outil de gestion ;
- le deuxième étage permet de distinguer deux types de communication, et deux types de gestion d'activité ; les deux types de communication différencient les discussions des communications plus finalisées comme l'échange d'information ; les deux types de gestion d'activité permettent de séparer la gestion simple de l'organisation toujours plus complexe d'activités ;
- le troisième étage enfin permet de distinguer trois types de communication et trois types de gestion ; en divisant l'échange d'information en communications où le résultat immédiat est important de celles où il l'est moins, on obtient les trois premiers types ; en divisant la gestion simple d'activité en préparation et en modification d'activités, on obtient les trois autres types.

L'intérêt de cette typologie à étages est qu'elle permet de raisonner, à l'aide d'un recodage adéquat, à différents niveaux d'agrégation en fonction des questions que l'on se pose. Signalons ici que nous raisonnerons le plus souvent par la suite sur une typologie à trois modalités distinguant les actions suivantes : discuter, informer, gérer.

SCHEMA 1.17 Analyse factorielle des correspondances But/Action





### 3.2 - La typologie sur les buts

L'analyse factorielle des correspondances Action/But, bien que donnant des résultats moins nets que sur les actions, permet de retrouver les trois principaux buts ou domaines des communications téléphoniques : vie privée - vie sociale - vie active.

La projection des différents buts sur les deux premiers axes de l'analyse factorielle permet de donner un sens à chaque axe :

- l'axe horizontal sépare les buts liés à la vie sociale (loisirs, invitation, ...) à gauche, des buts liés à la vie privée (problèmes personnels, santé, ...) à droite ;
- l'axe vertical permet de différencier les buts liés à la vie active des autres buts liés à la vie socio-affective.

La typologie que nous avons retenue consiste alors à distinguer trois types de but ou de domaine :

- la vie active qui regroupe les activités professionnelles pour les actifs et les études pour les scolaires et les étudiants ;
- la vie sociale qui rassemble les loisirs, les invitations, la vie associative ainsi que les différents moments institutionnalisés de la vie d'un individu (naissance, mariage, ...) ;
- la vie privée qui fédère l'ensemble des domaines relatifs à la vie quotidienne d'un individu, pouvant aller du plus intime (problème sentimental) au plus banal (achats par exemple).

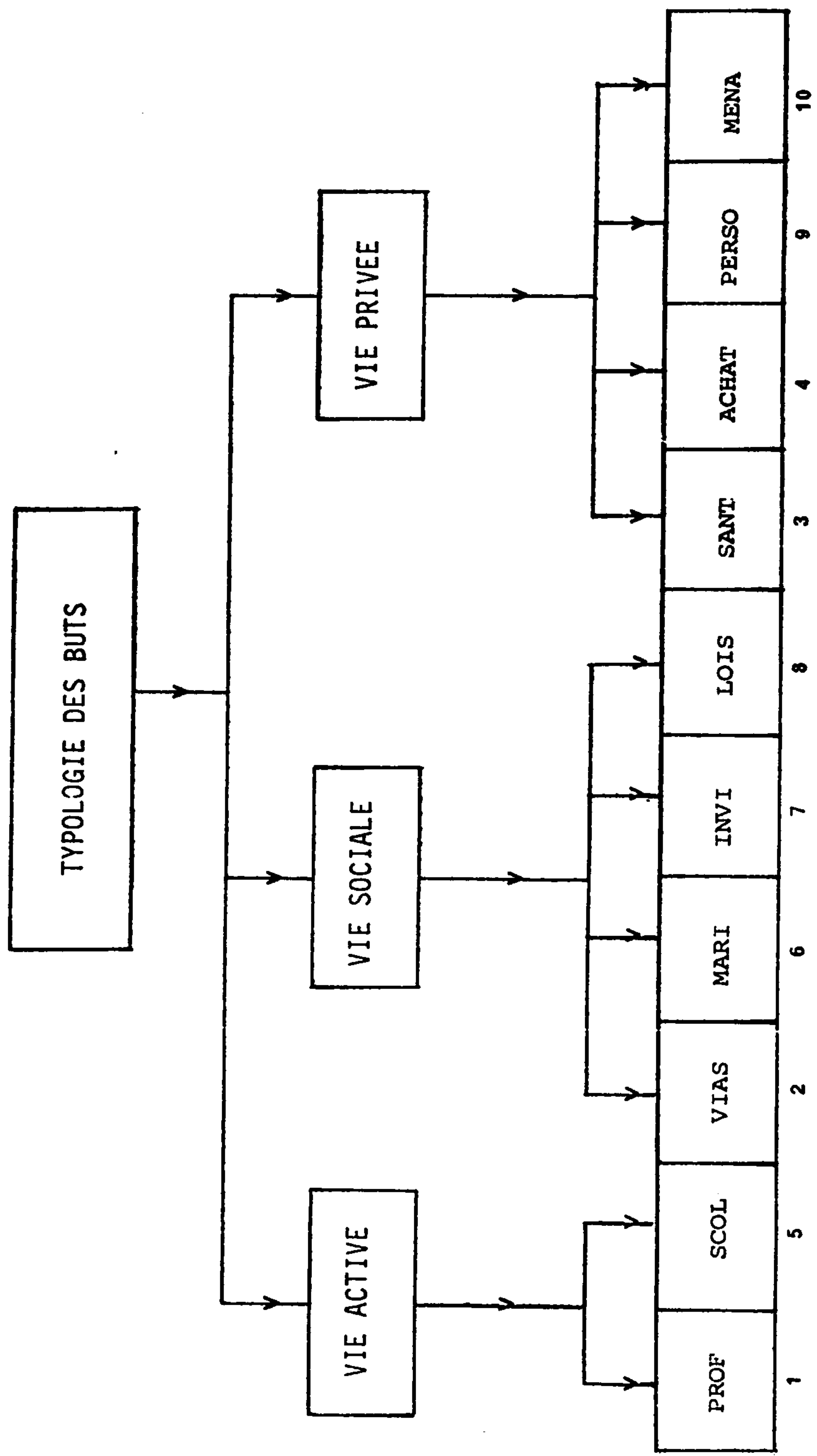
Il peut paraître quelque peu paradoxal de mélanger ainsi dans une même catégorie des communications très fonctionnelles, liée à des achats et des communications beaucoup plus relationnelles portant sur des dimensions affectives. Il convient ici de préciser que l'on peut sans problème lever ce paradoxe au niveau de la typologie des motifs qui permet de distinguer la gestion d'activités liées à la vie privée (ex : achats) et les discussions relatives à la vie privée (ex : problèmes affectifs).

### 3.3 - La typologie des motifs

C'est sur la base des deux typologies précédentes que nous avons réalisé une typologie des motifs des communications téléphoniques. La première étape, en fait, consistait à croiser les quatre types d'actions (discuter - informer - gérer - organiser) avec les trois types de but ou de domaine (vie privée - vie sociale - vie active). On a ainsi obtenu 12 types de motifs potentiels. Sur ces douze motifs, trois catégories étaient caractérisées par des effectifs relativement faibles (moins de 2 % du trafic). Il s'agissait des motifs suivants :

- "organiser une activité liée à la vie active", nous avons choisi de l'agréger à la catégorie "gérer sa vie active" :

SCHEMA 1.18 Typologie des buts



- "organiser une activité liée à la vie privée" que nous avons regroupé avec "gérer sa vie privée" ;
- "discuter d'affaires professionnelles ou scolaires" que nous avons agrégé à "échanger des informations sur la vie active".

Compte tenu de ces derniers regroupements, nous sommes donc amenés à distinguer neuf motifs principaux de communication téléphonique. Le trafic téléphonique se répartit alors de la manière suivante :

BUT ACTION	Vie Active	Vie Sociale	Vie Privée	TOTAL par ACTION
Discussion		5,53	21,58	27,11
Echange d'information	10,00	6,99	18,14	35,13
Gestion	7,98	15,12	8,86	31,96
Organisation		5,80		5,80
				37,76
TOTAL par BUT	17,98	33,44	48,58	100,00

Tableau 1.4 : Typologie du trafic selon les motifs de communication

- 1) De la communication téléphonique comme activité à la gestion à distance des activités :

Si l'on commente la répartition du trafic téléphonique au regard de la typologie que nous avons réalisée sur l'action à mener au cours de la communication, plusieurs remarques peuvent être formulées. En premier lieu, le trafic téléphonique est, pour près des deux tiers, lié à des activités communicationnelles (discussion, échange d'information) et pour le tiers restant, le fait de contacts visant à gérer ou organiser des activités.

En second lieu, le trafic téléphonique, s'il apparaît convivial pour un peu plus du 1/4 des appels (relation, discussion), est purement fonctionnel, pour plus du 1/3 des communications (gestion, organisation). Ainsi, l'image du téléphone comme outil convivial structuré autour d'un usage principalement relationnel ne résiste pas à l'analyse. On redécouvre en fait la place centrale du téléphone comme outil de gestion d'activités et d'échange d'information. La communication téléphonique ne peut être ainsi qu'accessoirement un ersatz de la relation face à face.

- 2) Vivre branché et préserver sa vie privée

L'analyse des résultats obtenus sur la typologie des buts permet de compléter ce qui vient d'être dit. En effet, presque la moitié du trafic téléphonique résidentiel porte sur des communications ayant trait à la vie privée des individus : le tiers du trafic étant relatif à leur vie sociale ; les 18 %



restant étant dus à leur vie active. Ainsi l'usage du téléphone, s'il est orienté assez nettement vers la gestion et l'échange d'information, reste cependant orienté autour de la vie privée des utilisateurs repérée à travers ses trois principales dimensions : affective, physiologique (santé) et matérielle (achats).

Le marché du téléphone porte donc encore principalement sur des transferts d'informations difficilement codifiables, et des activités principalement non marchandes.

### 3) La hiérarchie des motifs de communication

Sur la base de cette typologie on peut alors identifier les quatre principaux motifs de communication téléphonique :

- les discussions interpersonnelles portant sur la vie privée qui représentent plus de 21 % du trafic ;
- la gestion et l'organisation de la vie sociale (loisirs, distraction, invitation, ...) qui génèrent près de 21 % du trafic téléphonique résidentiel ;
- l'échange d'information relatif à la vie privée (18 % du trafic) ;
- l'échange d'information relatif à la vie active (10 % du trafic domestique).

Si l'on garde à l'esprit ces quatre motifs de communication, on dispose alors d'une connaissance partielle portant sur le contenu de plus de 70 % du trafic téléphonique. Du fait de leur diversité, on peut raisonnablement penser que les motifs d'appel entretiennent à l'espace et au temps des rapports différenciés, qu'il importe à présent d'examiner.

### 3.4 - Les motifs à travers l'espace et le temps

#### 1) Gérer rapidement, discuter longuement

Le calcul d'une durée moyenne selon le motif permet de déterminer l'ordre suivant :

Indépendamment du domaine concerné, on observe une bonne corrélation entre la durée moyenne d'une communication et l'action qui y est réalisée ; en effet, les communications relevant de la gestion d'activité sont les plus courtes avec une durée moyenne comprise entre 4' 45" et 6' ; viennent ensuite les communications qui concernent un échange d'informations, dont les durées moyennes s'étalent de 6' 35" à 8' 20" et au milieu desquelles on trouve l'organisation d'activité relative à la vie sociale (loisirs, sorties, ...). Cette action, bien que relevant de la gestion d'activité au sens large, présente un contenu plus complexe que les autres activités de gestion si l'on en croit sa durée moyenne (7' 50"). Enfin, les communications concernant une discussion ou un échange de nouvelles sont les plus longues avec une durée moyenne de plus de 11'.

En ce qui concerne, les durées moyennes de communications selon le lieu et la zone, on retrouve les tendances déjà observées comme la durée

plus longue des communications résidentielles ou l'allongement général de la durée avec la distance, à l'exception des deux motifs relevant de la discussion.

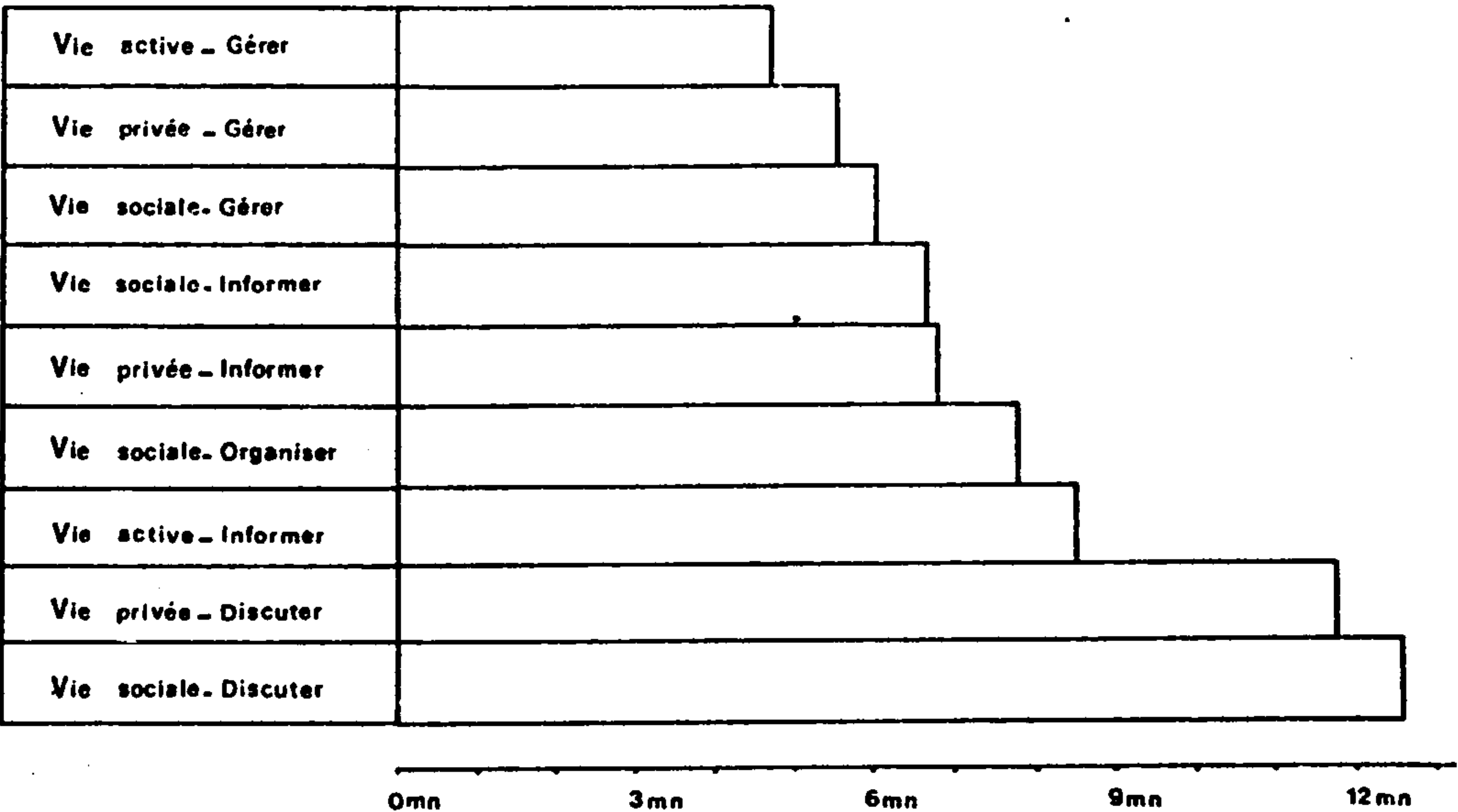


Schéma 1.19 : Durée selon le motif

2) Discussions résidentielles et gestion de proximité

Comme le montre le schéma 1.20, le trafic consacré à la discussion est très résidentiel tandis qu'à l'opposé, les communications consacrées à la gestion d'activité et, dans une moindre mesure à l'échange d'informations sur la vie privée et la vie active, sont plus tournées vers le lieu de travail.

Ce classement des motifs, du plus au moins résidentiel s'inverse pratiquement quand on les ordonne du plus proche au plus lointain comme l'indique le schéma 1.21. Ainsi les appels téléphoniques qui concernent la gestion d'activité et l'échange d'informations sont les plus proches et se distinguent en cela des discussions, d'autant plus éloignées qu'elles concernent la vie privée .

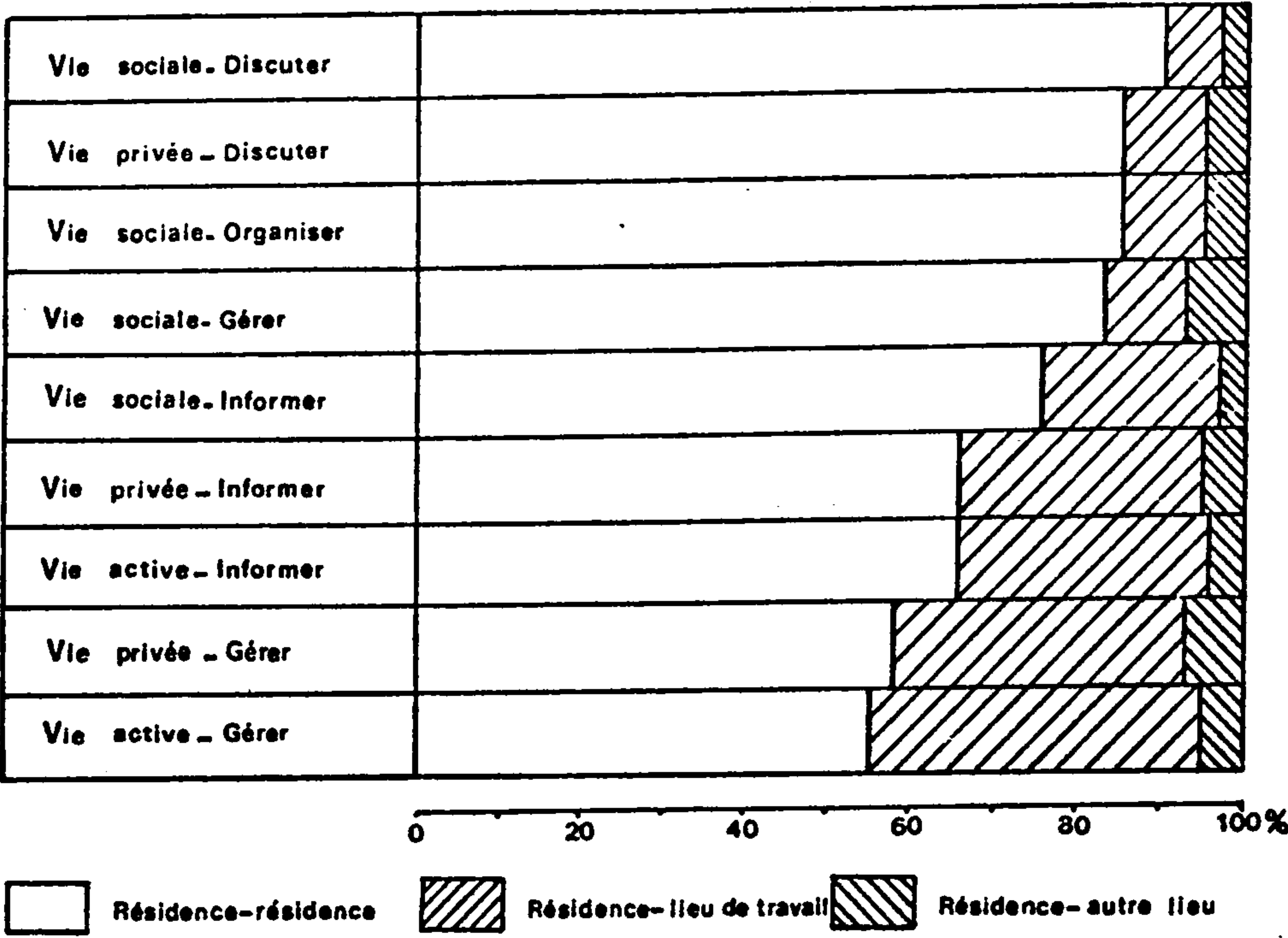
Enfin, l'examen du lieu et de la zone montre clairement l'hétérogénéité des communications relatives à la vie privée, conséquence du regroupement de deux trafics bien typés ; d'une part, des appels de proximité au lieu de travail qui visent à assurer la gestion de l'entreprise-ménage, et d'autre part, des appels résidentiels lointains, plus conviviaux avec des correspondants privés. l'échange d'information sur la vie privée occupant une place intermédiaire.

3) Gérer en semaine, discuter le week-end

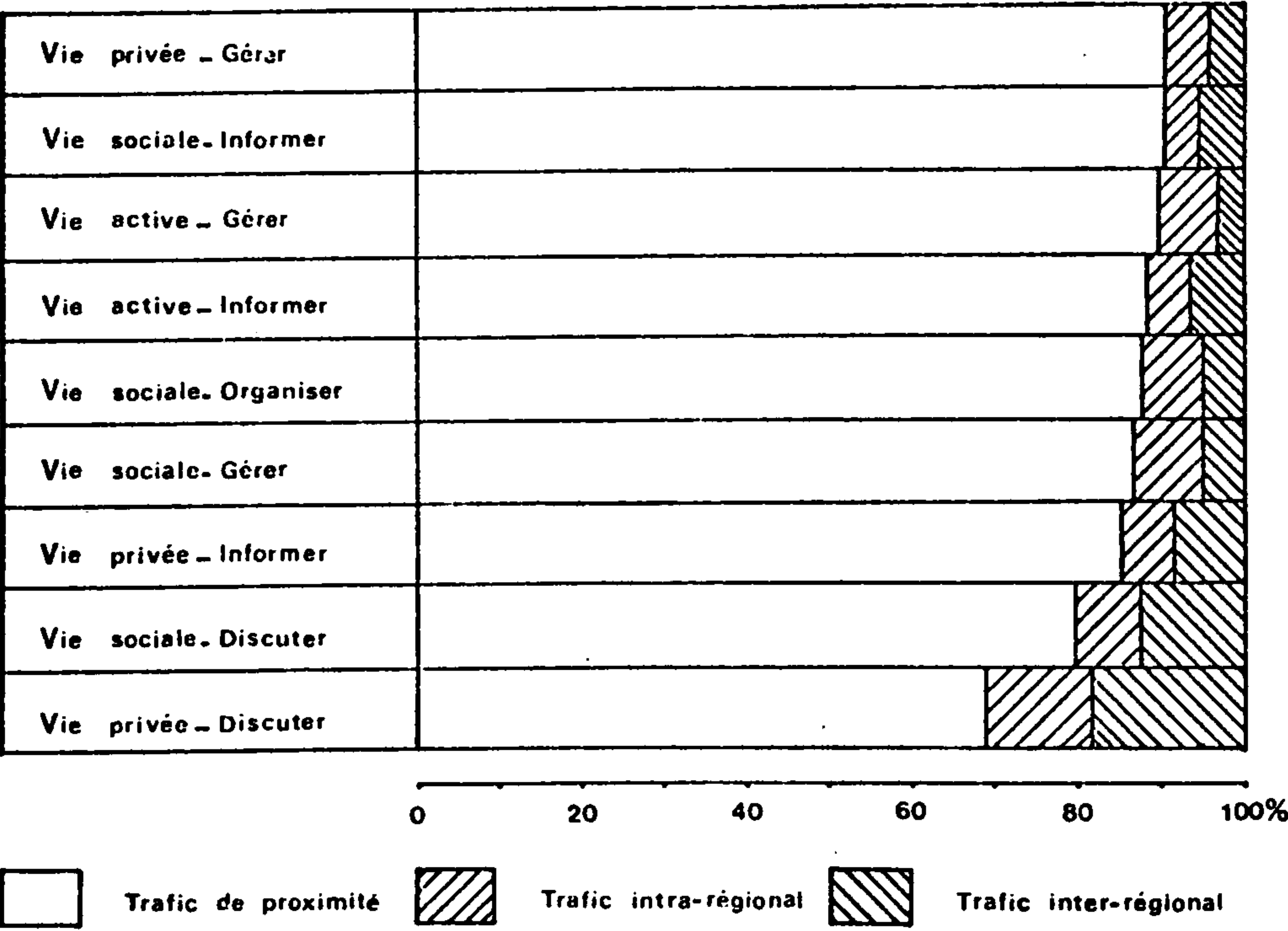
Les profils des motifs selon le jour de la semaine nous amènent à faire plusieurs remarques :

- les deux motifs concernant la vie active diminuent au fur et à mesure de la semaine jusqu'à disparaître pratiquement le week-end ; le même phénomène





SCHEMA 1.20 : Motif selon le lieu



SCHEMA 1.21 : Motif selon la zone



s'observe, dans une moindre mesure, pour la gestion d'activités consacrées à la vie privée ;

- globalement, on assiste pour les motifs ayant trait à la vie sociale à une montée en charge tout au long de la semaine qui culmine le samedi ; à cet égard, le contenu le plus représentatif est la gestion de la vie sociale ;
- un motif présente un profil relativement plat, discuter de la vie privée dont l'importance ne dépend pratiquement pas du jour de la semaine ;
- la structure des trafics journaliers en terme d'action reste pratiquement stable ; tout au plus peut-on remarquer que la part du trafic visant à l'organisation des loisirs et des sorties augmente légèrement tout au long de la semaine ; par contre, la structure journalière du trafic selon le domaine de la vie quotidienne concerné montre que le nombre de communications consacrées à la vie active décroît et ce, au profit des appels relatifs à la vie sociale ; d'autre part, il s'avère que la stabilité de la part des communications relevant de la vie privée résulte en fait, du remplacement des communications contribuant à la gestion de la vie quotidienne en semaine, par des communications conviviales plus centrées sur le week-end (42 % des appels consacrés à la vie privée en semaine ; 51 % le week-end).

#### 4) S'informer la journée, discuter le soir

La relative stabilité des contenus en terme d'action s'observe aussi tout au long de la journée en semaine, avec néanmoins une petite tendance le soir, au remplacement des communications relevant de l'échange d'information par des communications plus relationnelles, des discussions, des conversations.

Si l'on se place du point de vue des domaines abordés, on remarque qu'en soirée, les communications concernant la vie active, affaires professionnelles ou problèmes scolaires, sont remplacées par des appels touchant aux loisirs et aux sorties. D'autre part, la stabilité de la part relative de la vie privée tout au long de la journée résulte aussi d'un changement dans la nature des communications ; ainsi discuter ne concerne que le tiers des appels privés avant 19 h contre 56 % passé cette heure.

Finalement, on retrouve à l'examen des caractéristiques spatio-temporelles du contenu du trafic domestique, un certain nombre de tendances déjà mises en évidence lors de l'étude des correspondants. Cela n'a rien d'étonnant tant le contenu d'une communication téléphonique est bien évidemment lié à la nature du correspondant présent à l'autre bout du fil. Cependant l'étude du contenu des communications en fonction du correspondant devrait nous permettre d'apporter un éclairage nouveau sur cette importante corrélation.

#### IV - SUR LE RESEAU DES PRATIQUES, UNE PROBLEMATIQUE

Cette quatrième et dernière partie de l'étude du trafic domestique aura principalement deux objectifs :

- définir à l'aide de la grille des motifs d'appel, les usages dominants du téléphone selon le type du correspondant ;
- élaborer une typologie synthétique des communications téléphoniques qui nous permette de déboucher sur une problématique enrichie de l'utilisation domestique du téléphone.

##### I - DES PRATIQUES DIFFERENCIEES SELON LE TYPE DE CORRESPONDANT

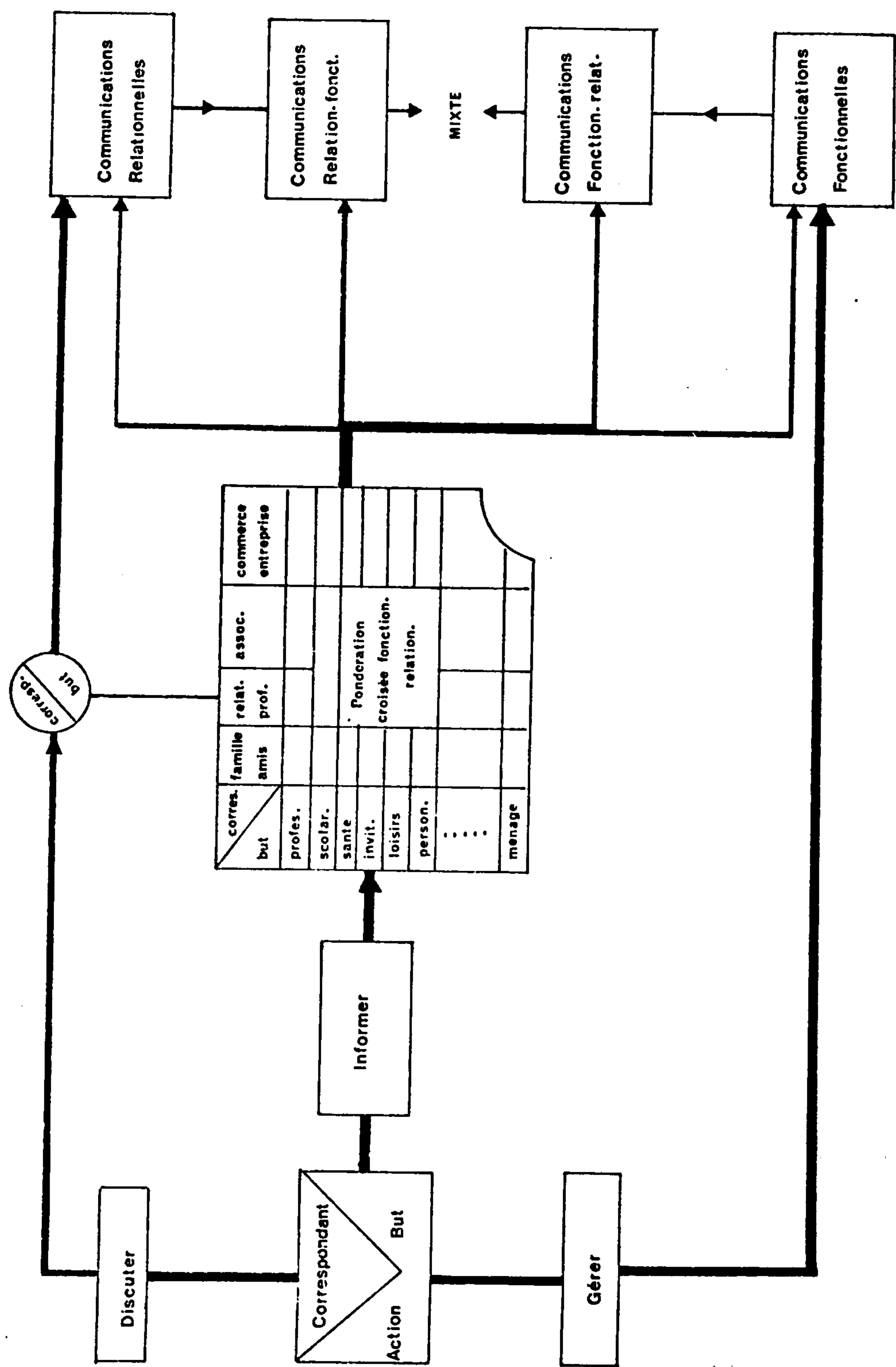
La démarche adoptée ici consistera à analyser les structures de contenu du trafic téléphonique pour chaque type de correspondant. L'examen des deux schémas triangulaires (1.22) montre que les divers types de correspondants se différencient beaucoup plus par leur répartition selon le domaine abordé que selon l'action qui est menée au cours de la communication. Néanmoins, il est possible de définir approximativement un ordre qui va du plus spécifique, les relations professionnelles, au plus proche du point moyen, les simples relations (15).

##### 1.1 - Les correspondants fonctionnels : le téléphone-outil

###### 1) Les relations professionnelles

Il s'agit sans conteste d'un correspondant spécialisé dans la mesure où deux motifs, échanger des informations et gérer des activités en liaison avec la vie active, permettent de décrire près de 72 % des communications. Cette spécialisation est significative également en terme d'action puisque la mise au point de rendez-vous concernent plus de 40 % des communications. A cet égard, les relations professionnelles sont les correspondants pour lesquels la fonction-gestion du téléphone prend le plus d'importance (53,5 % du total). Viennent ensuite l'échange d'information et l'entretien finalisé qui concernent plus de 40 % des communications ; la discussion conviviale ne représente, quant à elle, que près de 7 % des appels. Le trafic professionnel dont le tiers se déroule en liaison avec le lieu de travail change de contenu selon que le correspondant est à son travail ou chez lui. En fait, l'appel au domicile révèle une intimité plus grande entre les interlocuteurs et explique le caractère plus convivial du trafic professionnel résidentiel.

SCHEMA 1.23 Typologie du trafic





## 2) Les prestataires de service

Là encore, on observe une certaine spécialisation du trafic ; deux motifs, gérer des activités et échanger des informations relatives à la vie privée totalisent près de 60 % des communications. Plus précisément, plus de 45 % du trafic avec ces correspondants sont consacrés à la gestion (principalement la prise de rendez-vous), et près des 2/5ème des appels procèdent de l'entretien et de l'échange d'informations.

En terme de domaine abordé, c'est surtout la vie privée qui est concernée dans deux de ces dimensions physiologique et économique ; 22 % des communications concernent des problèmes de santé et plus de 30 % des appels ont trait aux achats et aux problèmes d'intendance ménagère. Les correspondants fonctionnels n'interviennent que très peu dans la vie sociale mais gérer et s'informer sur la vie active représente 22 % des communications avec les prestataires de service. Ce flux de très petite envergure, moins de 3 % du trafic domestique total, peut s'expliquer par la présence au domicile d'un certain nombre d'actifs appelés, de par leur profession particulière, à gérer une partie de leur activité professionnelle à partir de leur domicile. Enfin, signalons que les appels en cas d'urgence (moins de 1 % du trafic domestique total) concernent à 46 % des problèmes de santé et sont réalisés à 41 % vers les correspondants fonctionnels.

## 3) Les membres d'une même association

Ce trafic de faible importance (2 % du trafic total) apparaît lui aussi comme un trafic spécialisé avec deux motifs couvrant 65 % des communications, échanger des informations et gérer des activités relatives à la "vie sociale", ou en d'autres termes à la vie "associative, syndicale ou politique". En terme d'action, c'est également un trafic très polarisé autour de la gestion de rendez-vous et d'activité (42 %) et de l'échange d'informations et de services (49 %). Les discussions plus conviviales sont très marginales (9 %).

Avec les relations professionnelles, les membres du réseau associatif et les prestataires de service, la fonction relationnelle du téléphone est quasiment absente et c'est ce qu'on pourrait appeler un usage instrumental du téléphone qui domine dans ces trafics ; usage entièrement axé autour de la gestion des rendez-vous et des activités, de l'obtention ou la fourniture d'informations, qui confère au téléphone le statut d'outil de maîtrise des contraintes spatio-temporelles (16).

### 1.2 - Les membres du même ménage : le téléphone-ménager

Avec ce type de correspondant, le motif le plus significatif est, sans conteste, l'échange d'information sur la vie privée. Les autres membres du ménage sont, de tous les correspondants, ceux qui interviennent le plus dans la vie privée, avec plus de 60 % des communications pour des motifs privés ; ce sont surtout les dimensions économique (42 %) et affective (15 %) qui sont concernées, les problèmes de santé n'occupant que 5 % du trafic total. Ce tra-

fic très spécifique est aussi de tous, celui où l'échange d'information tient la plus grande place (plus de 50 %). Ces communications concernent pour l'essentiel les problèmes d'intendance familiale, les affaires professionnelles et les questions personnelles. Entre des individus qui se voient quasiment journellement, la part consacrée à la discussion et à l'échange de nouvelles n'est que de 20 % mais elle a nettement tendance à augmenter avec la distance (17 % en trafic urbain, 82 % en trafic interrégional).

La gestion d'activités n'est que peu représentée dans le trafic interne aux ménages (17) (23 %). Comparativement aux autres, le trafic qui concerne la gestion des rendez-vous est tout à fait original dans la mesure où il est, pour l'essentiel, destiné à prévenir d'un changement d'emploi du temps, à différer ou à annuler un rendez-vous. Par le flot d'informations pratiques qu'il véhicule, par la souplesse qu'il apporte dans la gestion des contraintes temporelles communes, (heure des repas par exemple), et par le lien qu'il permet de maintenir entre les membres du ménage temporairement séparés, le téléphone paraît être tout à fait bien intégré à la vie quotidienne du ménage.

### 1.3 - La famille : le téléphone-cordon ombilical

L'important trafic familial est de tous, celui où la part des communications consacrées à la discussion est la plus conséquente (40 %). La polarisation est encore plus nette pour le domaine abordé dès lors que 66 % des appels se rapportent à la vie privée ; cependant, le trafic familial diffère sensiblement des deux autres trafics très privés, vers les correspondants fonctionnels et entre les membres d'un même ménage, en ce sens que les communications concernent, pour le quart d'entre elles, les problèmes personnels et affectifs.

De même, la structure interne du trafic consacré à la discussion confère au trafic familial une certaine singularité. En effet, deux modalités relatives à la discussion conviviale étaient proposées dans la grille dont l'une, "échanger des nouvelles" était plus finalisée ou utilitaire que l'autre "passer un moment". Cette deuxième modalité ne caractérise que 17 % des discussions téléphoniques avec la famille, alors que cette proportion monte à 20 % pour les simples relations et à 24 % pour les amis, différence qui pourrait s'expliquer par le caractère plus formel et plus rituel des relations avec la famille.

Le trafic familial, le seul à présenter un éloignement significatif, change de nature en fonction de la distance ; plus il s'éloigne, plus il a tendance à se polariser autour de l'échange de nouvelles sur la santé et les problèmes personnels. En effet, discuter représente le tiers des appels en zone proche mais 58 % du trafic interrégional, la gestion d'activité étant, par nature, liée à la proximité géographique. Le même phénomène s'observe, d'ailleurs, quand on passe du trafic avec le lieu de travail au trafic résidentiel.

La polarisation sur la vie privée et sur la discussion mise à part, le trafic familial se présente comme relativement diversifié et concerne aussi bien l'organisation de rencontres ou de loisirs que l'échange d'informations pratiques ou l'entretien plus privé.



En résumé, l'examen du contenu du trafic familial met en lumière le rôle de lien, de cordon ombilical joué par le téléphone familial ; près de 38 % des communications avec les membres de la famille sont consacrées à discuter et à s'entretenir de problèmes personnels ou affectifs et de problèmes de santé, termes certes très génériques, mais qui n'en possèdent pas moins une certaine réalité vécue quotidiennement et parfois douloureusement par les individus.

#### 1.4 - Les copains des enfants : le téléphone-"fugueur"

Le trafic avec les copains présente un certain nombre de particularités. En terme de domaine abordé, c'est le type de correspondant qui, après les relations professionnelles et les membres du réseau associatif, est le moins concerné par la vie privée (27 % du trafic) ; dans ce domaine, des problèmes personnels sont les plus souvent abordés, contrairement aux problèmes d'intendance ménagère à la gestion desquels les enfants ne participent, semble-t-il, que tout à fait marginalement (à peine 22 % de leur trafic). Cette sous-représentation de la vie privée est compensée par une sur-représentation de la vie sociale, plus marquée pour les copains que pour la plupart des types de correspondants (plus de 50 %). Entre copains, la vie sociale signifie sortir, avoir une activité de loisirs (78 %) et se rencontrer chez soi (16 %) ; d'ailleurs, quand des copains se téléphonent pour organiser une activité (16 % du trafic avec les copains) c'est essentiellement pour organiser une activité de loisirs.

On pourrait s'étonner de voir que seulement le quart du trafic relève de la discussion quand on sait par ailleurs que les appels avec les copains sont les plus longs, 10 mn en moyenne. Toutefois, il semble que ce paradoxe puisse être levé si l'on tient compte des faits suivants. La grille de contenu ne visait qu'à retenir le motif principal d'appel et il est probable qu'une bonne partie de ces communications ne soit pas uniquement consacrée au motif indiqué. Le statut multiple des correspondants à la fois copain ou ami, collègue de "travail" ou membre d'une même association sportive par exemple, va dans le sens de cette absence d'unicité. Par ailleurs, il est vraisemblable que les enfants aient été tentés, dans leurs notations, de fonctionnaliser et de finaliser leur trafic pour échapper au contrôle familial qui aurait pu s'exercer à travers le carnet de compte.

Cependant, il n'empêche que les discussions (au sens strict) avec les copains sont, de toutes les discussions, celles qui apparaissent comme les moins finalisées, 43 % d'entre elles se sont vues attribuer le motif "passer un moment avec quelqu'un". Enfin, 19 % des communications avec ces correspondants touchent à la vie active, et, parmi celles-ci, plus des deux tiers sont de l'échange d'informations relatif à la scolarité et aux études, domaine qui concerne directement la grande majorité des lycéens et d'étudiants impliqués dans ce trafic.

Avec les copains des enfants, les trois motifs suivants, gérer ou organiser des loisirs ou des rencontres, passer un moment ou discuter de problèmes personnels et échanger des informations sur les études, décrivent près des 2/3 du trafic et dénotent un usage contrasté du téléphone tout à la fois ins-



trumental et tourné vers l'extérieur de la cellule familiale.

### 1.5 - Les voisins : le téléphone à portée de voix

Le trafic avec les voisins, entièrement résidentiel, est le trafic de proximité par excellence ; l'échange d'informations y tient la première place avec plus de 40 % des communications, suivi de près par la gestion d'activité. Plus précisément, l'échange d'informations fédère deux modalités distinctes : échanger des services ou des renseignements, et s'entretenir ou résoudre un problème. Il s'avère que, par rapport à l'ensemble du trafic consacré à l'échange d'information, le trafic de voisinage est nettement plus orienté vers l'échange d'informations (au sens strict) et de services (84 % contre 60 % en moyenne).

Parallèlement, on discute peu avec les voisins comparativement aux autres correspondants socio-affectifs. En fait, une question se pose : cette absence relative d'interactions téléphoniques conviviales et relationnelles avec les voisins signifie-t-elle qu'elles n'existent pas ou plutôt qu'elles ont lieu en face à face, facilitées en cela par la proximité résidentielle ? Autrement dit, en téléphonant à son voisin, outre le fait de faire l'économie d'un (petit) déplacement, s'agit-il de fuir des discussions plus longues auxquelles on ne pourrait échapper en face à face ou bien, au contraire, ceci est-il la manifestation d'un respect de l'intimité de l'autre, qui fait préférer, pour des problèmes peu importants, l'intrusion téléphonique, moins impliquante, à l'intrusion physique ? En fait les deux attitudes sont très certainement partagées.

Quoiqu'il en soit, ce trafic très faible en volume se révèle très proche du profil moyen en terme de contenu, de même d'ailleurs que les trafics avec les trois types de relations amicales. Signalons simplement que, des quatre, c'est proportionnellement celui où l'on s'informe le plus et celui qui touche de plus près à la vie privée.

### 1.6 - Les relations amicales : le téléphone à tout faire

Bien qu'à priori, les amis et les simples relations se distinguent par une différence de degré, dans le lien qui les unit aux enquêtés, leur structure en terme de contenu sont relativement similaires ; ils seront donc traités séparément mais simultanément.

Ces deux trafics sont les plus diversifiés, dans la mesure où il est nécessaire de faire intervenir pour décrire 75 % de leur trafic, pas moins de cinq motifs pour les amis et de six pour les simples relations. Cependant, par rapport au trafic amical, celui avec les connaissances est plus tourné vers la vie active (18,5 % contre 14 %), légèrement moins vers la vie sociale (43 % contre 46,5 %) presque autant vers la vie privée (38,5 % contre 39,5 %). Par

contre, pour la vie privée, on discute plus souvent avec les amis qu'avec les simples relations (59 % contre 45 %) et inversement, on s'informe moins ; de même, les problèmes privés traités relèvent plus de l'intendance ménagère avec les connaissances (29 % contre 24 %) et moins de la santé (22 % contre 33 %) qu'avec les amis.

Si l'on gère ou l'on organise des activités de manière équivalente avec les deux types de correspondants, c'est entre l'échange d'information et la discussion relationnelle qu'une différenciation apparaît. D'une manière générale, le trafic avec les relations est proportionnellement, plus axé autour du premier et ce, pour des motifs également moins privés. Autrement dit, s'échangeraient des "conseils" avec les amis et plutôt des renseignements avec les connaissances moins proches.

En comparaison avec la famille, les amis forment un groupe social avec lequel les communications sont plus tournées vers l'organisation de loisirs et de distractions alors qu'à l'opposé, le trafic familial s'oriente plus vers la gestion d'invitation et de visites, face à face qu'on pourrait qualifier de plus formels que ceux qui ont lieu lors de loisirs communs.

Finalement, le trafic amical se présente comme un trafic diversifié, dans lequel se cotoient un échange non marchand de services et d'informations, une gestion spatio-temporelle des rencontres et des loisirs ainsi qu'une convivialité téléphonique plus autonome. A travers une représentation significative de tous les motifs d'appel, se profile ainsi un visage pluri-fonctionnel du médium avec les amis.

Bien sûr, le contenu des trafics reflète l'insertion particulière de chacun des divers types de correspondants dans l'espace relationnel des ménages et des individus ; c'est ainsi que certains types d'interlocuteurs apparaissent comme très spécialisés et n'interviennent que dans un domaine restreint de la vie quotidienne. C'est le cas des prestataires de services axés autour de la gestion de la vie privée, des membres du réseau associatif tournés vers l'échange d'information sur la vie sociale, et des relations professionnelles dirigées vers la gestion de la vie active, soit trois types de correspondants qui se distinguent aussi par l'absence presque totale de discussions non finalisées et avec lesquels l'usage instrumental est largement dominant. Mais il existe aussi des trafics beaucoup moins spécialisés qui font preuve d'un usage plus diversifié du téléphone ; ce sont les trafics familial et amical, à savoir les deux flux les plus importants. Ceci tend à prouver l'impossibilité qu'il y aurait à fonder une typologie des communications téléphoniques domestiques sur la seule nature du correspondant tant cette dernière n'implique pas nécessairement un contenu déterminé. C'est pourquoi nous avons décidé d'une autre procédure qu'il est temps d'exposer ici.



## 2 - UNE PROBLEMATIQUE DE L'UTILISATION DOMESTIQUE DU TELEPHONE

Après avoir étudié les principales caractéristiques du trafic téléphonique domestique, il est possible d'élaborer une typologie synthétique et problématique des communications à distance. En d'autres termes, l'objectif poursuivi est de redonner un sens, une justification, une raison d'être aux communications, afin de pouvoir distinguer par la suite différentes pratiques téléphoniques. Pour ce faire, un certain nombre de critères ont fondé notre démarche ; il convient de les expliciter avant de présenter les principales conclusions que, l'on peut formuler à partir de cette typologie.

### 2.1 - Une typologie synthétique des communications téléphoniques

Une communication téléphonique peut être caractérisée par sa durée, la localisation du correspondant (zone, lieu), le moment où elle se déroule (jour, heure), son orientation (émission-réception), son contenu (action, but, motif) et la nature du correspondant (famille, ami, relation professionnelle, ...). La communication téléphonique est une interaction, définie dans le temps et dans l'espace, entre deux individus, plus ou moins distants, qui échangent des informations en temps réel.

Une typologie synthétique des communications téléphoniques devrait a priori s'organiser autour des différents éléments de cette définition. Nous avons fait ici un autre choix qui nous a conduit à rejeter les caractéristiques physiques, la morphologie des communications, afin de privilégier leur contenu.

#### 1) Le rejet des caractéristiques physiques

Si les caractéristiques physiques des communications téléphoniques seraient de la plus grande utilité pour élaborer une typologie générale des communications interactives, elles n'apportent à notre sens pas beaucoup à une typologie des communications téléphoniques.

En effet, ces caractéristiques, à l'exception de l'orientation de la communication, ont la propriété d'être très peu contrastées : 84 % du trafic est de proximité, 60 % des communications sont de courte durée, 76 % du trafic est résidentiel, ... ; on peut d'autre part constater que les caractéristiques physiques du trafic téléphonique ne sont ni plus ni moins que la résultante du contenu des communications, de la localisation des correspondants, ainsi que des ressources et des contraintes des individus qui entrent en relation.

Cela nous conduit donc à penser que les caractéristiques physiques des communications téléphoniques sont surtout intéressantes pour les différencier des autres formes de communication (face à face, courrier, ...). A ce titre la brièveté des communications téléphoniques s'oppose sans doute à la durée sou-



vent plus longue des communications face à face ; la relative polarisation du trafic téléphonique se différencie sans doute du courrier interpersonnel qui est acheminé sur de plus longues distances, ainsi que de la relation face à face qui relève de la "loi d'airain de la proxémique" sensorielle (18).

Seule l'orientation de la communication (émission-réception) pouvait être une caractéristique physique du trafic intéressante à retenir dans le cadre d'une typologie. Nous l'avons provisoirement évacuée à l'aide d'un raisonnement simpliste consistant à affirmer que toute communication émise était également reçue et vice versa (19). Nous avons ainsi réduit la communication téléphonique à une interaction conduisant deux individus distants à échanger des informations en temps réel. Cette définition pose alors deux questions principales - pourquoi et avec qui téléphone-t-on ? - permettant de distinguer différents types d'interactions.

## 2) Le champ des possibles

A partir du motif et du correspondant de la communication téléphonique, plusieurs critères de typologie aurait pu être retenus afin de distinguer les communications selon leur degré d'interactivité, de complexité de convivialité, d'autonomie ou d'hétéronomie (20) .... Compte tenu des informations recueillies au cours de cette enquête, nous avons alors été conduits à ne retenir qu'une distinction première entre communication fonctionnelle et communication relationnelle pour les raisons suivantes.

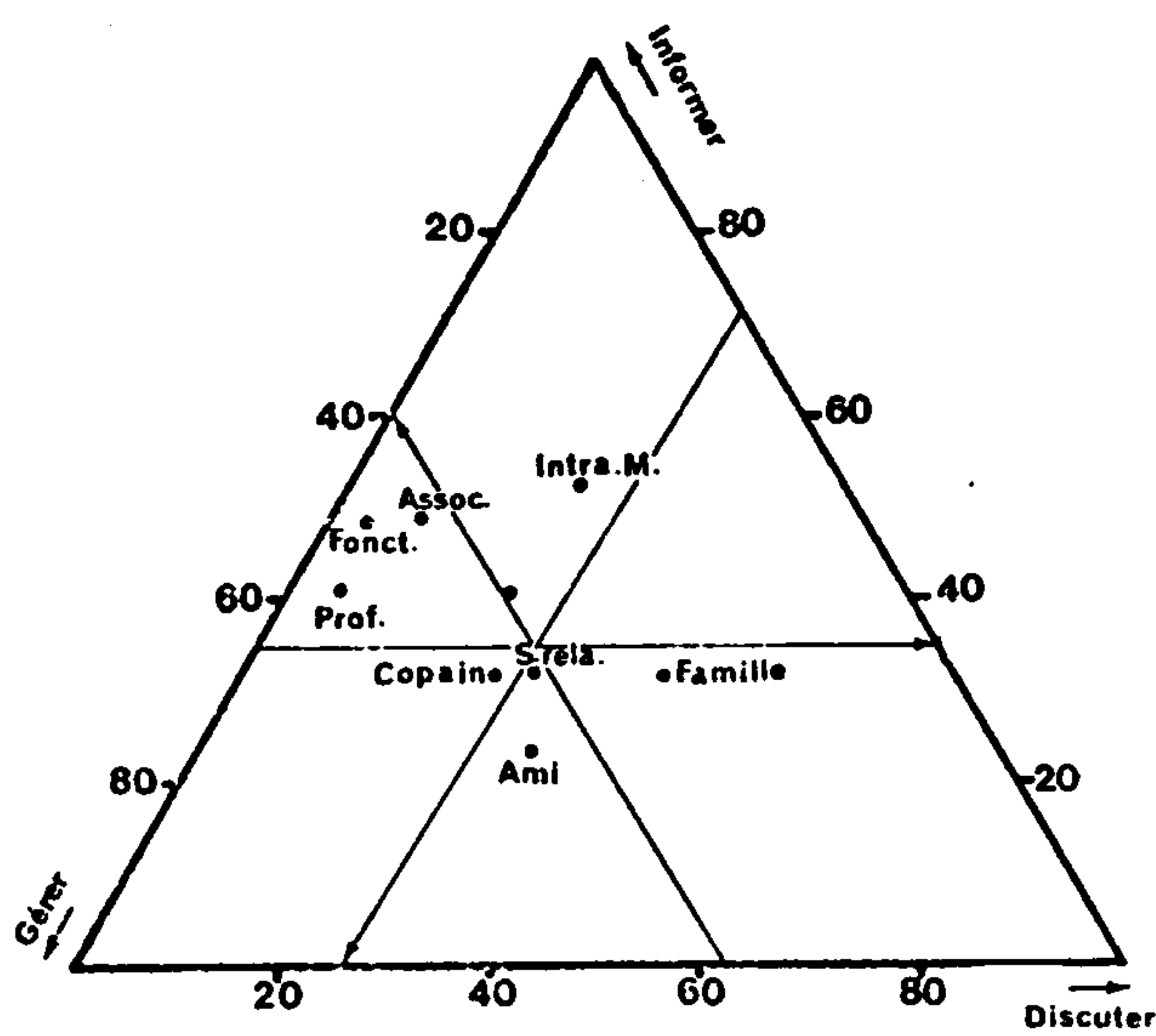
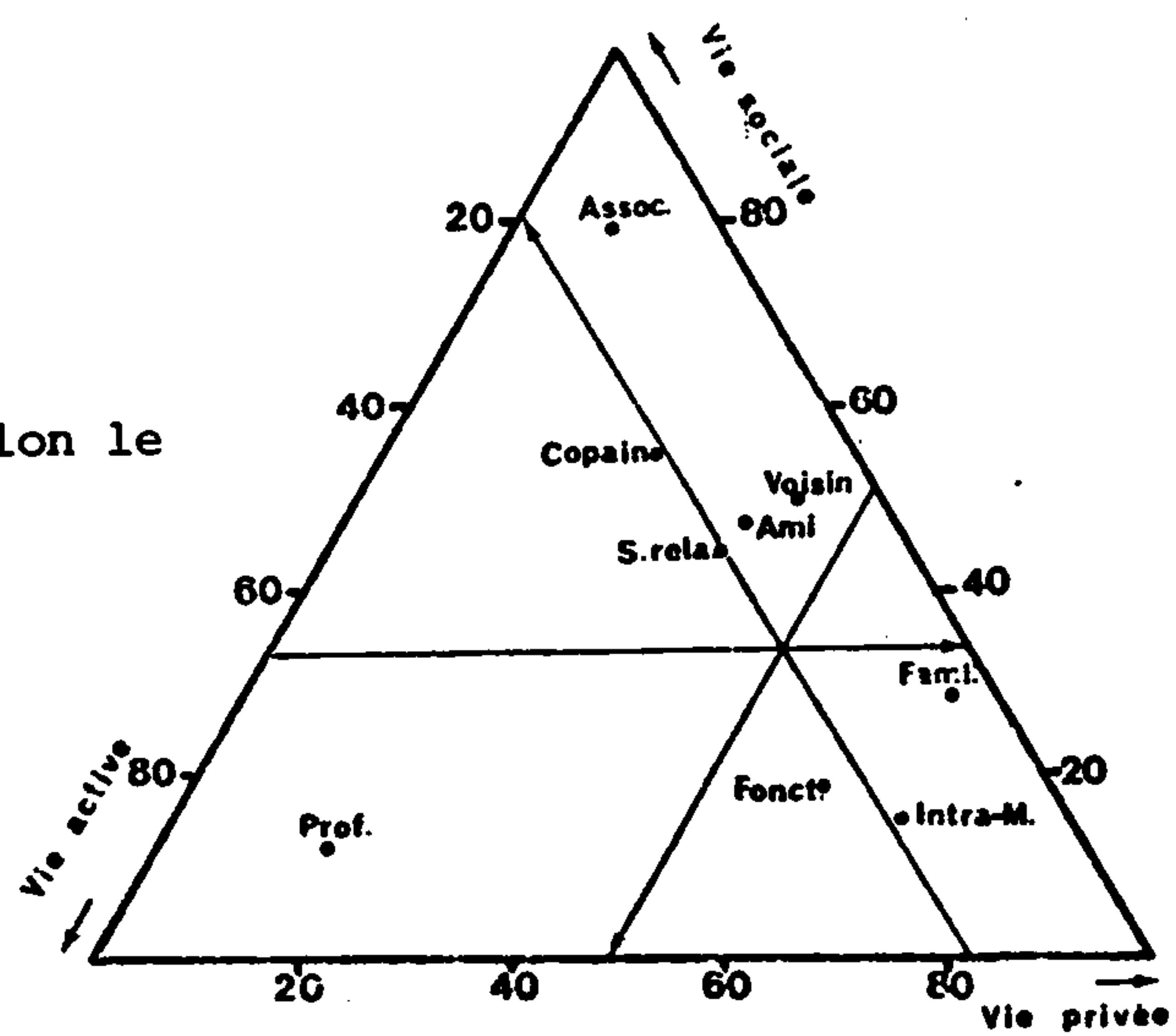
Si une communication téléphonique est par nature interactive, le degré d'interactivité peut être très variable. Par exemple, une demande aux renseignements téléphoniques se limitera le plus souvent à une question "quel est le numéro de Mr. X" et une réponse "le 16-78 ...". Par contre, dans une communication du type "échange de nouvelles" l'interactivité sera sans doute beaucoup plus poussée. Cependant, aucun critère ne nous permet de juger très précisément du degré d'interactivité de telle ou telle communication, car il peut dépendre en grande partie de son degré de complexité : fixer un rendez-vous à quelqu'un peut parfois être un ordre (quid de l'interactivité ?) et parfois être un long processus de discussion, de compromis, ....

Une communication téléphonique peut être simple et complexe. Par exemple, téléphoner aux renseignements SNCF pour un horaire de train est une communication le plus souvent simple, y compris dans le sens où elle peut être "codifiée et faire l'objet d'un traitement informatique" (21) ; par contre, téléphoner à une agence de voyage pour organiser ses vacances peut devenir éminemment complexe pour qui ne formulera pas de demande précise.

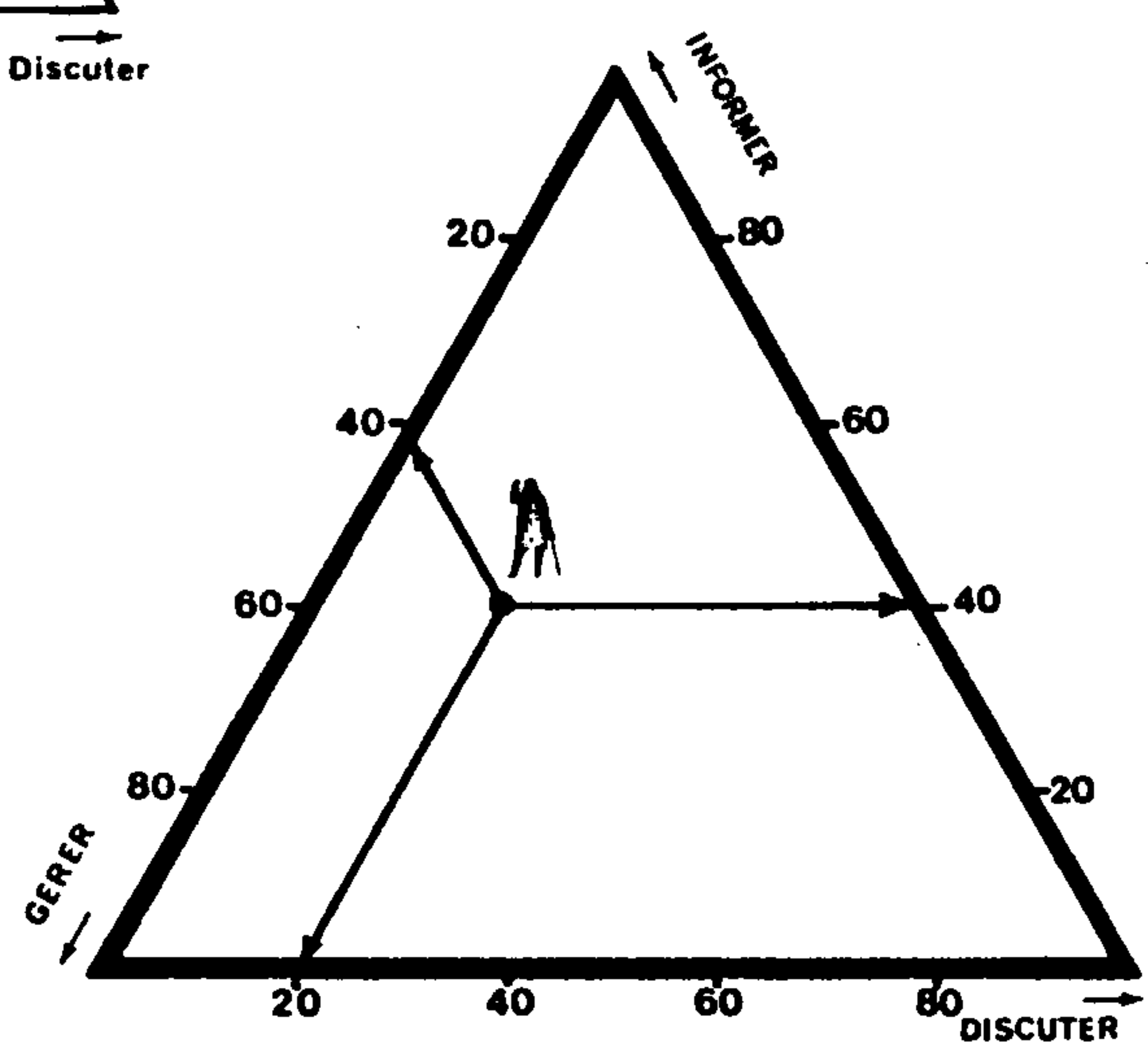
## 3) Fonctionnel - Relationnel - Mixte

Nous avons donc opté pour une distinction de base entre une communication fonctionnelle et une communication relationnelle. On retrouve ici la distinction qu'établit A. MOLES (22) entre communication froide et chaude, entre communication fonctionnelle et charismatique : "la communication fonctionnelle est celle dont la valeur se mesure à l'efficacité (...) la communication chaude est celle visant à la spontanéité, au face à face, à recréer la présence humaine dans sa prégnance et sa chaleur, dans ses erreances et ses connota-

SCHEMA 1.22 Correspondant selon le but



SCHEMA 1.22 bis Correspondant selon l'action



La structure de consommation de cet individu est:  
20% Discuter  
40% Informer  
40% Gérer



tions". En d'autres termes, la communication fonctionnelle s'accompagne d'un objectif à atteindre se rapportant soit à la gestion d'activités, soit à des prestations de service, alors que la communication relationnelle, correspond beaucoup plus à une discussion conviviale, non finalisée, très souvent sans autre finalité que d'entretenir grâce au téléphone une liaison durable. Bien entendu, une communication téléphonique peut être mixte, à savoir relationnelle et fonctionnelle ; on peut par exemple demander un service à quelqu'un et en profiter pour prendre de ses nouvelles. C'est pourquoi il convenait de distinguer quatre types de communication :

- relationnelle, par exemple passer un moment avec un membre de sa famille, un ami, une relation ;
- relationnelle pour partie fonctionnelle, par exemple échanger des nouvelles à caractère professionnel avec une relation professionnelle ;
- fonctionnelle pour partie relationnelle, par exemple discuter d'un problème scolaire avec un ami, une relation, un voisin ;
- fonctionnelle, par exemple prendre un rendez-vous.

Le principe d'élaboration de cette typologie croisée entre motif de la communication et correspondant a été d'affecter à chaque action, à chaque but, et à chaque correspondant un qualificatif : fonctionnel, relationnel ou mixte.

Toutes les communications urgentes (action 1) ou servant à gérer des activités ont été caractérisées d'office comme des communications fonctionnelles, indépendamment du but et du correspondant concernés. En revanche, les communications dont l'action était "passer un moment avec quelqu'un" ou "donner, échanger des nouvelles" ont la plupart du temps été définies comme relationnelles. Les problèmes d'affectation de telle ou telle communication dans un type déterminé se sont donc principalement posés pour les communications du type échange d'information (action 3, 10, 11, 12). Elles ont été alors affectées dans l'un des quatre types précédents selon la nature du but recherché et du correspondant (cf. schéma 1.23).

On arrive ainsi à une typologie relativement souple qu'il est possible d'utiliser, soit en distinguant les 4 catégories de communication précédemment citées, soit 3 catégories - relationnelle - mixte - fonctionnelle ; soit seulement deux catégories - principalement relationnelle et principalement fonctionnelle - selon la question que l'on souhaite traiter.

## 2.2 - Le mythe du téléphone convivial

L'affectation du trafic téléphonique domestique selon la typologie définie ci-dessus est la suivante :



Trafic relationnel	33,5 %
Trafic relationnel / fonctionnel	10,0 %
Trafic fonctionnel / relationnel	11,0 %
Trafic fonctionnel	45,5 %

Tableau 1.5 : Répartition du trafic selon le contenu

Ainsi donc, un tiers du trafic téléphonique domestique est consacré à l'entretien de la vie affective alors que plus de 45 % vise à organiser la vie quotidienne. Entre ces deux modalités, 21 % des communications relèvent d'un trafic composite où se mêlent les deux usages contrastés du téléphone (23). Toutefois, il apparaît que l'usage fonctionnel est bien dominant, le trafic principalement fonctionnel représentant plus de la moitié des communications (56,5 %).

A travers cette répartition, c'est l'image à dominante relationnelle du téléphone des ménages telle qu'elle est médiatisée par les PTT eux-mêmes et l'idéologie de la convivialité téléphonique qui s'estompe, et ce, au profit d'une image du téléphone comme un outil plus proche, finalement, du téléphone professionnel. C'est d'autant plus vrai que l'enquête portait exclusivement sur l'agglomération lyonnaise et que les rares études sur le téléphone en milieu rural font état d'un usage encore plus instrumental dans les campagnes (24).

De fait, lors de quelques entretiens non directifs réalisés auprès d'individus repérés dans notre échantillon par leur forte propension à téléphoner, c'est cet aspect fonctionnel qui apparaît en premier dans leur représentation du téléphone : "le téléphone, c'est pratique ..., c'est un moyen de communication rapide ..., il permet d'entrer facilement en contact ..., il est moderne". Il semble donc que cette modernité dont est paré le téléphone, lui soit bien conféré par les possibilités qu'il offre de "simplifier la vie" tout comme un certain nombre de biens de consommation ménagers qui ont fait leur apparition dans les foyers ces trente dernières années, de l'aspirateur au lave-vaisselle. Mais nous aurons l'occasion de revenir sur ce point dans l'étude de la perception du téléphone par les ménages dans leur ensemble, et non plus seulement par les seuls individus qui le valorisent par un usage intensif.

Quoi qu'il en soit, le mythe du téléphone domestique convivial provient à notre sens d'une confusion entre l'identité des correspondants et le contenu des communications. d'une assimilation erronée entre correspondants socio-affectifs (80 % du trafic domestique) et contenu relationnel. Si, effectivement, les communications avec les correspondants fonctionnels (25) n'ont que très marginalement un caractère convivial, à l'opposé, 60 % du trafic fonctionnel est réalisé avec des correspondants socio affectifs et l'organisation pratique de la vie quotidienne concerne plus du tiers du trafic familial de même que près de 40 % du trafic amical (26) (voir tableau 1.6). Enfin, la relative mixité du statut de certain correspondants comme les copains des enfants, les voisins ou les membres d'une même association, se retrouve dans leurs trafics respectifs qui comptent près d'un tiers de communications mixtes.

Contenu Corresp.	Relationnel	Relationnel/ Fonctionnel	Fonctionnel/ Relationnel	Fonctionnel
Famille	51	9	9	31
Ami	37	14	10,5	38,5
Ami des parents	39,5	12	8,5	40
Copain des enfants	33	20	12	35
Simple relation	35	11,5	13,5	40
Intra- ménage	33	11	19,5	36,5
Relation profession.	7	2,5	15,5	75
Voisin	26,5	17,5	13	43
Association	6	21	23,5	49,5
Fonctionnel	0	2	5,5	92,5
Ensemble	34	10	10,5	45,5

Tableau 1.6 : Structure du contenu par type de correspondant

Si le caractère convivial du téléphone est très souvent mis en avant, les télécommunications sont aussi communément perçues comme un système technique qui libérerait l'homme des obstacles liés à la spatio-temporalité. A travers l'usage qui est fait du téléphone domestique, il s'avère possible à notre sens de montrer tout ce que cette vision a d'inexact.

### 2.3 - Le mythe de l'ubiquité

Les rapports à l'espace et au temps de la communication téléphonique ont toujours été définis autour d'une problématique technico-économique mettant en avant deux idées : l'espace sans distance ou l'ubiquité, l'instantanéité des communications à distance et en temps réel. Si cette problématique permet de distinguer assez bien la communication téléphonique d'autres formes de communication (face à face, courrier, ...), elle tend à accréditer l'idée d'une relative homogénéité des communications téléphoniques au regard de leurs rapports à l'espace et au temps. C'est sans doute que l'on confond les rapports du médium à l'espace et au temps avec les rapports du contenu des communications téléphoniques à l'espace-temps.

La typologie des communications téléphoniques que nous avons élaborée permet de dépasser et d'enrichir sensiblement cette première analyse,



car les rapports à l'espace-temps des communications téléphoniques nous semblent eux-mêmes assez différenciés (cf. tableau 1.7).

### 1) Consommer du temps et gérer des contraintes temporelles

Les caractéristiques temporelles et la perception du temps dans les différents types de communications téléphoniques sont, à bien des égards, contrastées (27). Les communications relationnelles sont caractérisées par une durée relativement longue (11 mn 30 s) au regard de communications fonctionnelles (5 mn 20 s) ; les communications mixtes relationnelles sont elles-mêmes plus longues (9 mn) que les communications mixtes fonctionnelles (8 mn). Ainsi, plus la communication est relationnelle, plus elle consomme du temps.

Cette consommation de temps par les communications téléphoniques relationnelles ne porte pas sur n'importe quel type de temps. En effet, ces communications se déroulent principalement dans les périodes de temps libre des individus (hors horaires de travail, et week-end) contrairement aux communications fonctionnelles qui ont lieu principalement en semaine pendant les horaires de travail. Les communications mixtes occupent, une fois encore, une place intermédiaire ; les communications mixtes relationnelles sont, par exemple, plus proches des conversations relationnelles que des communications fonctionnelles. Ainsi, si les communications relationnelles consomment du temps, elles consomment principalement du temps libre.

La perception du temps lors des principaux types de communications téléphoniques est elle-même très contrastée. Deux indicateurs permettent de rendre compte de cette perception du temps :

- si une communication est urgente, cela signifie qu'elle ne saurait être différée dans le temps ;
- si une communication est indispensable, cela signifie qu'elle ne saurait être différée très longtemps.

Les communications fonctionnelles sont toujours perçues comme plus urgentes (39 %) et plus indispensables (72 %) que les communications relationnelles (13 % urgentes, 44 % indispensables). Cela signifie que les communications fonctionnelles sont moins différables dans le temps et que lorsqu'elles le sont, elles ne sauraient l'être très longtemps, par rapport aux communications relationnelles. En d'autres termes, les communications fonctionnelles s'effectuent le plus souvent sous contrainte temporelle. Notons encore une fois que les communications mixtes occupent bel et bien une place intermédiaire, le trafic mixte relationnel se rapproche des caractéristiques des communications relationnelles (un peu plus urgent et indispensable), le trafic mixte fonctionnel étant un peu moins urgent et indispensable que le trafic fonctionnel (28). Cette analyse très rapide des caractéristiques temporelles des différents types de communication téléphonique permet nous semble-t-il de distinguer deux types purs :

- la communication relationnelle qui consomme du temps libre au sens propre de la durée, mais aussi au sens figuré de sa fonction ; le type même de cette communication relationnelle étant le motif "passer un moment avec quelqu'un", qui donne lieu aux conversations les plus longues et dont le but implicite est bien de passer un moment, de consommer du temps ;



			Communications relationnelles	Communications mixtes relationnelles	Communications mixtes fonctionnelles	Communications fonctionnelles	
C A R A C T E R I S T I Q U E S	T E M P O R E L L E S	Durée Moyenne (en mn)		11,5	8,8	7,7	5,3
		Heure	Hors horaire de travail (%)	62	64	50	43
			Horaire de travail (%)	38	36	50	57
		Jour	Semaine (%)	76	72	81	81
			Week-end (%)	24	28	19	19
		Urgente	Oui	13	25	35	39
			Non	87	75	65	61
		Indispen- sable	Oui	44	52	68	72
			Non	56	48	32	28
		C A R A C T E R I S T I Q U E S	S P A T I A L E S	Zone	même circons- cription	73	90
autres cir- conscription	27				10	12	11
Lieu	Domicile			90	87	69	59
	Autres			10	13	31	41
Substitu- tion	Déplacement			20	35	37	50
	Courrier			20	12	14	13
	Rien fait			60	53	49	37
Induction	Oui			10	23	17	24
	Non			90	77	83	76

Tableau 1.7 : Les caractéristiques spatio-temporelles  
des types de communication téléphonique\*  
\* communications émises

- la communication fonctionnelle qui permet de gérer du temps contraint, voire de gagner du temps ; c'est une communication brève, urgente, indispensable qui permet explicitement de gérer des activités dans le temps avec l'espoir implicite de gagner du temps par une gestion à distance de ces activités ; le type même de cette communication fonctionnelle est par exemple la prise de rendez-vous du genre "je passe te prendre dans 5 mn pour aller au cinéma".

Bien évidemment, il s'agit là de deux types purs de rapport au temps des communications téléphoniques ; les communications mixtes sont là pour rappeler que toutes les configurations possibles existent sans doute autour de ces deux catégories. Nous retiendrons néanmoins pour la suite de cette étude cette problématique de la consommation et de la gestion du temps qui permet de différencier les communications relationnelles et les consommations fonctionnelles.

## 2) Consommer de l'espace et gérer les contraintes spatiales

Les rapports à l'espace des principaux types de communications semblent tout aussi différenciés que leurs rapports au temps. Les caractéristiques spatiales, comme la perception de l'espace qui semble se dégager, permettent de distinguer assez facilement les communications fonctionnelles des communications relationnelles, les communications mixtes ayant le plus souvent des caractéristiques intermédiaires.

Si les communications téléphoniques sont pour l'essentiel des communications de proximité, les communications relationnelles sont nettement moins polarisées (73 % dans la circonscription téléphonique de Lyon) que les communications fonctionnelles (90 % dans la même circonscription téléphonique). Les conversations relationnelles apparaissent ici assez clairement comme des communications permettant de gérer l'éloignement ou les distances qui séparent les individus du fait de leur mobilité résidentielle ou professionnelle. Les communications fonctionnelles semblent fortement déterminées par l'espace urbain, et parfois par les structures de mobilité quotidienne.

De même, les communications relationnelles sont le plus souvent des communications résidentielles domicile-domicile (90 %) alors que les communications fonctionnelles sont relativement plus souvent des échanges entre le domicile et le lieu de travail ou d'autres lieux. Si les communications relationnelles consomment du temps libre, il semble donc qu'elles permettent aussi de gérer de l'espace-distance résidentiel.

Au delà des caractéristiques spatiales objectives des communications téléphoniques, deux indicateurs nous permettent d'avoir une idée de la perception de l'espace dominante dans chaque type de communication :

- la substitution éventuelle de la communication téléphonique par un déplacement de personne ou un courrier pour réaliser telle ou telle communication dans le cas d'une impossibilité de téléphoner ; une communication téléphonique qui aurait alors donné lieu à un déplacement peut être interprétée comme une communication qui aurait consommé de l'espace-distance ;
- l'induction éventuelle de déplacements imprévus à l'issue de la communication téléphonique ; dans ce cas la conversation téléphonique induira bel et bien une consommation d'espace-distance.

Les communications fonctionnelles sont alors toujours perçues comme se substituant plus à des déplacements (50 %) et induisant de fait des déplacements (24 %) ; à l'opposé, les communications relationnelles se substituent relativement moins fréquemment à des déplacements (20 %) et induisent également moins de déplacements imprévus (10 %). En d'autres termes, les communications fonctionnelles consomment directement (induction de déplacement) ou indirectement (substitution aux déplacements) relativement plus d'espace que les communications relationnelles. Signalons, que le trafic mixte occupe toujours une position intermédiaire.

Au terme de cette analyse encore très rapide des caractéristiques spatiales, les communications fonctionnelles et relationnelles se différencient très nettement :

- la communication relationnelle, moins polarisée, plus résidentielle, est le plus



souvent une communication permettant de gérer des contraintes spatiales, de réduire les distances séparant les individus ;

- la communication fonctionnelle beaucoup plus polarisée, moins résidentielle est en revanche le plus souvent une communication qui aurait consommé de l'espace ou va induire une consommation d'espace urbain ; lors de ce type de communication, tout se passe comme si l'on consommait de l'espace sans distance, sachant qu'en l'absence du téléphone, on aurait consommé de l'espace-distance.

Derrière les caractéristiques spatio-temporelles des communications téléphoniques, c'est bien une nouvelle problématique de la communication à distance et en temps réel qu'il s'agit de développer. Elle devrait permettre de caractériser au moins pour partie des pratiques téléphoniques. Cette problématique s'articulera fondamentalement sur la distinction de deux types purs de communications téléphoniques :

- la communication relationnelle qui est une activité en tant que telle qui consomme du temps libre et permet de gérer de l'espace-distance ;
- la communication fonctionnelle qui relève plus de la gestion d'activités à réaliser, qui gère du temps contraint et consomme de l'espace sans distance.

On s'éloigne ainsi assez nettement du mythe de l'ubiquité téléphonique qui accrédite l'idée selon laquelle l'homme se serait, grâce au téléphone, libéré ou affranchi des contraintes liées à l'espace et au temps. En fait l'espace-temps n'est pas gommé par le développement des télécommunications puisqu'on le retrouve sous ses dimensions distance-durée au centre de la tarification téléphonique. L'analyse des caractéristiques des principaux types de communication en révèle également la prégnance. Il semblerait ainsi que, si le téléphone permet parfois une meilleure maîtrise de l'espace et du temps, il permet le plus souvent de gérer de "nouvelles" contraintes spatio-temporelles liées à l'encombrement de l'espace et du temps, à la mobilité spatiale, résidentielle, professionnelle ou quotidienne des individus, à la fonctionnalisation de l'espace ...



## CONCLUSION

A l'issue de cette description du trafic téléphonique, quatre faits importants peuvent être mis en avant.

- 1 - Au regard de ses caractéristiques physiques, le trafic domestique se présente comme un trafic principalement résidentiel. Il s'avère être, d'autre part, très polarisé puisque les appels ont lieu le plus souvent dans la même circonscription téléphonique que les ménages enquêtés et échappent donc à toute tarification liée à la durée. Malgré cette absence de contrainte, près de 60 % des communications ont une durée qui n'excède pas 5 mn tandis que, paradoxalement, les communications lointaines sont aussi les plus longues. Si la polarisation du trafic peut être attribuée pour partie au caractère urbain de l'échantillon, il est par contre plus délicat de lier la brièveté du trafic à la rareté relative du temps résultant du mode de vie urbain et rien n'indique qu'il n'en soit pas de même en milieu rural.
- 2 - La très grande majorité des correspondants des ménages appartient à ce qu'il est convenu d'appeler la sphère socio-affective, famille et relations amicales. Le téléphone, outil de communication interpersonnelle prend ici sa véritable dimension humaine. Mais si les communications avec ce type de correspondant sont en moyenne les plus longues, les "proches" interviennent également dans plus des 2/3 des communications courtes et cette présence significative d'interactions téléphoniques courtes avec les correspondants socio-affectifs nous apparaît comme un fait important dans la sphère de la communication interpersonnelle.
- 3 - En terme de contenu, quatre types dominants peuvent être mis en avant : les discussions privées, la gestion de loisirs et d'invitation, l'échange d'informations privées et l'échange d'informations professionnelles. Si près de la moitié des communications relèvent du domaine privé, la confrontation entre l'identité du correspondant et le contenu du trafic montre qu'il n'y a pas de correspondance univoque entre les deux. Si certains correspondants apparaissent comme très spécialisés, à l'instar des relations professionnelles, d'autres, et ce sont de loin les plus nombreux, comme la famille ou les amis, sont impliqués dans un trafic largement différencié. Ceci vient contredire l'image du téléphone domestique comme outil essentiellement convivial. En fait, on confère aux communications les caractéristiques des correspondants qui sont effectivement en grande majorité socio-affectifs, alors que le trafic téléphonique est, de fait, plus fonctionnel que relationnel.
- 4 - Enfin, en transférant aux communications, les caractéristiques spatio-temporelles du médium (instantanéité, communication en temps réel, espace sans distance), on commet à notre avis, une seconde erreur dans la perception de l'usage du médium. Plus précisément, le téléphone ne permet pas de s'affranchir de l'espace et du temps mais en propose de nouvelles modalités de gestion et de consommation. Si l'utilisation conviviale du téléphone correspond effectivement à une certaine maîtrise de l'espace et du temps, l'utilisation fonctionnelle, reflet d'une gestion des contraintes spatio-temporelles liées au mode de vie, apparaît bien dominante dans l'usage domestique du téléphone.

L'analyse détaillée du trafic téléphonique, pour fastidieuse qu'elle soit du fait d'une approche principalement descriptive, permet donc de donner une autre image de l'utilisation domestique du téléphone dans notre société. Elle nous a permis par ailleurs au plan méthodologique de construire différentes typologies sur les motifs, les correspondants et plus globalement sur le trafic téléphonique. Sur la base de ce premier repérage de l'utilisation quotidienne du téléphone, il est temps d'analyser dans quelle mesure cet outil de communication est l'objet de processus d'appropriation et d'utilisation différenciés de la part des ménages et des individus.

- Notes du Chapitre I -

- (1) Abraham MOLES n'évalue-t-il pas, grâce à son "microscope", la complexité de la situation téléphonique à une quarantaine de micro décisions ! ("Micromégas au pays du téléphone", Revue Télécommunications No 34).
- (2) La cause d'échec est ici la non-obtention du correspondant souhaité à l'autre extrémité de la ligne ; mais il est vrai que le simple fait qu'une ligne soit occupée ou ne réponde pas constitue déjà une information sur le correspondant. D'autre part, la communication peut échouer mais donner lieu malgré tout à une interaction, soit avec un inconnu, (faux numéro), soit avec un proche ou un collègue du correspondant, soit avec un répondeur. A noter que ce trafic manqué est recensé dans son intégralité à l'émission et pour une partie seulement à la réception.
- (3) Ceci bien que nous ayons pris, lors de l'enquête, la précaution d'en rendre la notation peu contraignante afin d'en maximiser le nombre.
- (4) Absence du correspondant souhaité, fausse numérotation et répondeur.
- (5) L'étude de la DGT/SPAF montre bien que, si les particuliers s'adressent volontiers aux entreprises et aux administrations par l'intermédiaire du téléphone, celles-ci privilégient largement le courrier pour joindre les ménages.
- (6) Nous ne reviendrons pas sur ce trafic, signalons simplement qu'il a lieu pour l'essentiel avec la famille, au domicile, principalement le soir et de préférence le week-end.
- (7) Au sens usuel du terme : qui remplit une fonction pratique avant tout autre caractère (Dictionnaire Robert).
- (8) Ch. PINAUD "Entre nous, les téléphones", Editions INSEP, 1985, 291 p.
- (9) Voir par exemple : "La journée des citadins", Caroline ROY, Economie et Statistique No 158, Septembre 83.
- (10) Au moment de l'enquête, du lundi au vendredi de 0 h à 8 h et de 19 h 30 à 24 h, le samedi de 14 h à 24 h et le Dimanche toute la journée.
- (11) Ainsi seront traitées de la même manière, par exemple, vingt communications avec un seul correspondant et vingt communications avec vingt correspondants du même type.
- (12) Ch. PINAUD, op. cit., page 160.
- (13) 58 % des communications avec ces correspondants ont lieu les 3 premiers jours de la semaine contre 46 % en moyenne.
- (14) Les enquêtés auraient ici exprimé de manière précise le ou les motifs de leur communication téléphonique.



- (15) Contrairement à ce qui précède, les copains des enfants, amis des parents et simples relations, malgré la similitude du lien qui les unit, seront dissociés dans l'étude du contenu.
- (16) En terme d'action réalisée au cours de la communication, les trafics professionnel et associatif se rapprochent sans équivoque du trafic avec les correspondants fonctionnels. Cette similitude permet de lever la relative indétermination qui pesait sur le statut de ces correspondants ; elle semble indiquer que le lien entre les interactants est plutôt formel et institutionnel. D'autre part, le fait que 12 % du trafic amical concernent les affaires professionnelles et le domaine associatif, incline à penser que lorsque le lien était plus personnel et affectif, les relations professionnelles et les membres d'une même association ont été parfois considérés comme des amis.
- (17) La comparaison entre le trafic avec le lieu de travail et le trafic émis des postes publics montre que ce dernier est un peu plus tourné vers la gestion (27 % contre 20 %) au détriment de l'échange d'information (42 % contre 50 %).
- (18) La distinction émission-réception est provisoirement exclue car au stade d'une analyse de trafic rien ne la justifie. cependant, nous la retrouvons dès que nous analyserons les pratiques téléphoniques des individus.
- (19) A. MOLES, Communication et Société, Une théorie structurale, ronéotypé, p. III.9
- (20) Ces trois premiers critères ont été retenus par P. PERIN et N. CURIEN pour réaliser une typologie des motifs de communication (courrier, face à face, téléphone).
- (21) N. CURIEN, P. PERIN, la communication des ménages, in Futiribles, Avril 1983, p.51.
- (22) A. MOLES , Communication et Société,; ronéotypé, op. cit., p. I.9
- (23) A remarquer que le volume de ce trafic mixte est minimisé du fait la seule prise en compte du motif principal d'appel dans l'enquête.
- (24) S. HUET "Le téléphone en milieu rural" in les Réseaux pensants, MASSON, CNET-ENST, Paris, 1978.
- (25) Prestataires de services, relations professionnels et membres d'une même association.
- (26) Sur la base de cette nomenclature, il est possible de fournir une évaluation de la part du trafic domestique susceptible d'être télématisé. Si l'on retire du trafic fonctionnel (45,5 % du trafic domestique) les communications du type "échange d'informations complexes" avec les correspondants fonctionnels et les appels du type "échange d'informations et de services avec les correspondants socio-affectifs, on obtient 78 % du trafic fonctionnel à savoir un peu plus du tiers du trafic domestique. Ce n'est pas négligeable, mais il faut encore une fois garder à l'esprit que seul le motif principal d'appel a été ici pris en compte et que cette procédure a pro-

blement induit une certaine fonctionnalisation des motifs d'appels.

- (27) Nous limitons l'analyse au trafic émis qui est mieux défini que le trafic reçu.
- (28) Cette position intermédiaire du trafic mixte ainsi que les proximités relatives des communications strictement ou principalement relationnelles et strictement ou principalement fonctionnelles, justifient amplement a posteriori les hypothèses formulées pour distinguer deux types de trafic mixte.

1



## CHAPITRE II

### LES PRATIQUES TELEPHONIQUES DES MENAGES

Le ménage, ou plus exactement, la ligne principale est l'unité d'observation traditionnelle de l'utilisation domestique du téléphone. Les quelques rares données disponibles sur les pratiques téléphoniques sont alors exprimées en nombre de taxes de base, ce qui revient à mesurer les processus de communication en pondérant la durée d'occupation d'une ligne par l'éloignement du correspondant. Cette approche est bien évidemment tout à fait légitime de la part de la D.G.T. dans la mesure où cette entreprise vend des taxes de base et non de la communication. Dès lors que l'on a l'ambition d'étudier des processus de communication, des pratiques communicationnelles, il devient urgent de changer d'unité de mesure.

Avant d'analyser les pratiques téléphoniques des ménages, il convient de s'interroger sur les processus d'intégration de ce moyen de communication dans les foyers ainsi que sur les représentations actuelles de cet outil, de son usage et de sa tarification (section I). Nous analyserons alors les déterminants de la consommation téléphonique des ménages, afin de réaliser une typologie opérationnelle (section II), permettant d'évaluer les principales pratiques téléphoniques des ménages (section III).

## I - EQUIPEMENT TELEPHONIQUE ET REPRESENTATIONS SOCIALES

Quel est l'équipement téléphonique des ménages abonnés ? Quels sont les principaux motifs d'abonnement ? Quelles sont les différentes représentations sociales du téléphone ? Telles sont les trois questions que nous développerons avant d'analyser les pratiques téléphoniques des ménages. A travers ces interrogations, il s'agit de préciser la place et le statut du téléphone comme bien d'équipement des ménages.

Compte tenu du choix effectué en faveur d'une enquête ménage, les réponses recueillies sont le plus souvent celles de la personne présente lors de l'enquête. Les représentations sociales repérées sont souvent à mi-chemin entre la perception du ménage et la perception de l'individu ayant répondu au premier questionnaire. Compte tenu du caractère assez ambigu de ces données et de la taille assez limitée de l'échantillon, la recherche de déterminants socio-économiques d'équipement et de représentations différenciées s'avère périlleuse. C'est pourquoi les réflexions présentées ici porteront plus souvent sur l'équipement téléphonique, les motifs d'abonnement et les représentations sociales des ménages en général, que de telle ou telle catégorie de ménage ou d'individu.

### 1 - L'EQUIPEMENT TELEPHONIQUE : SIMPLICITE ET ACCESSIBILITE

L'équipement téléphonique des ménages est des plus simples ; il est constitué à plus de 80 % d'appareil téléphonique à cadran. Les postes à touches, plus performants, ne représentent que 12 % du parc et seuls, 11 ménages sont équipés d'un DIGITEL 2 000 (1). La plupart des combinés appartiennent aux P.T.T., seuls 9 % des appareils en service sont la propriété des ménages. Avec un nombre moyen de poste téléphonique par ménage égal à 1,25, le "mono-équipement" est la règle, 22 % des ménages ayant à leur disposition plus d'un appareil. Il est vrai qu'un deuxième poste n'est intéressant que si le domicile est équipé d'au moins deux accès au réseau, ce qui n'est pas le cas pour 60 % des ménages (2). Enfin, le répondeur téléphonique reste un équipement peu répandu (seulement 6 ménages en sont équipés).

Néanmoins, une certaine différenciation sociale dans l'équipement téléphonique peut être mise en évidence en distinguant, d'une part, les ménages qui disposent d'un équipement simple (un poste à cadran) soit 68 % des ménages et, d'autre part, les ménages utilisant, à leur demande, une installation un peu plus évoluée en regard du type ou du nombre de combinés. D'une manière générale, ce sont les ménages dont le chef est jeune (moins de 40 ans), les ménages de C.S.P. aisées, les inactifs ainsi que les gros consommateurs, qui disposent des équipements les plus sophistiqués. Ainsi, par exemple, 72 % des ménages ouvriers ne disposent que du minimum, contre 50 % des cadres supérieurs et des professions libérales.

La localisation du téléphone à l'intérieur du domicile des ménages est à certains égards symbolique de la place, non plus comme lieu, mais comme

norme sociale, qu'occupe le téléphone dans la vie quotidienne des ménages. On peut distinguer à la suite d'Hannertz (3), deux types d'espace dans le logement : un espace "public", comme l'entrée, la salle à manger ou le salon, commun aux différents membres du ménage, et un espace plus privé, chambre à coucher ou bureau.

En terme de parc téléphonique, 70 % des appareils domestiques peuvent être dits "publics" de par leur emplacement et sont donc accessibles à tous. Près de la moitié de ces appareils sont d'ailleurs installés dans une entrée ou un couloir, témoignant ainsi par leur localisation de leur statut d'interface avec l'extérieur. Le poste "public" est tout à fait caractéristique des ménages mono-équipés et les téléphones "privés" sont essentiellement ceux des ménages multi-équipés ou des ménages de petite taille.

Ainsi, de par sa forte accessibilité, le téléphone apparaît tout à fait, comme un bien collectif aux membres du ménage ; dans le même temps, son emplacement exclut généralement toute possibilité d'échapper à un certain contrôle familial sur son utilisation.

## 2 - LES MOTIFS D'ABONNEMENT : DE LA DIFFERENCIATION A LA BANALISATION

Trois optiques différentes, quoique bien évidemment interdépendantes, permettent de cerner la motivation à l'abonnement : les raisons pour lesquelles les ménages se sont abonnés, les raisons pour lesquelles, le cas échéant, ils n'ont pas été toujours abonnés et les circonstances au cours desquelles s'est effectuée cette accession au réseau (tableau 2.1)

CIRCONSTANCES	en %
Aucune circonstance particulière	30
Mariage ou installation du ménage	16
Naissance d'un enfant	4
Accession à la propriété	3
Déménagement	10
Eloignement d'un proche	11
Changement d'activité professionnelle	12
Départ à la retraite	3
Maladie	8
Autre circonstance	3

Tableau 2.1 : Les circonstances de l'abonnement



Cinq situations types, qui ne sont pas exclusives les unes par rapport aux autres, peuvent être distinguées. Pour près de la moitié des ménages, l'accession au réseau s'est faite dès la constitution du ménage ou en l'absence de tout événement particulier (banalisation). Près du quart des ménages (23 %) se sont abonnés dans des circonstances qui sont généralement considérées comme des étapes importantes de l'existence d'un individu, constitution du ménage, naissance d'un enfant ou départ à la retraite, autant d'événements qui jalonnent les cycles de vie. D'autre part, si c'est à l'occasion d'une mobilité résidentielle que 40 % des ménages ont accédé au réseau, 15 % des ménages l'ont fait dans une situation de mobilité professionnelle. Enfin, 12 % des ménages se sont équipés dans des circonstances où le téléphone est apparu comme un élément de sécurité, lors d'une maladie ou lors de la naissance d'un enfant.

Pour plus de 50 % des ménages, le contact avec les correspondants socio-affectifs apparaît comme la motivation principale dans l'accession au réseau pour plus de 50 % des ménages, conformément au caractère socio-affectif largement dominant de leurs correspondants.

Des préoccupations liées à la fonction sécurisante du téléphone semblent avoir été à l'origine de l'abonnement de plus de 30 % des ménages, alors que 8,5 % d'entre eux avancent des raisons plus professionnelles.

L'examen des justifications avancées par les ménages qui ont vécu une partie de leur existence sans disposer du téléphone (70 % des ménages) met, en lumière deux phénomènes intéressants.

Si aujourd'hui, l'accession au téléphone s'est banalisée, près d'un quart des ménages ont différé leur abonnement pour des raisons économiques conformément à la politique de l'administration des PTT qui a systématiquement régulé le niveau de la demande par le montant de la taxe de raccordement. Mais cet aspect purement pécunier doit être, à notre sens, relié à un autre effet qu'on pourrait appeler "l'effet réseau".

Près de 40 % des personnes interrogées justifient leur non-abonnement par l'absence de réel besoin, par l'impossibilité technique du raccordement et par le fait que peu de leurs relations étaient abonnées. A l'évidence, si ces ménages ne se sont pas abonnés, c'est aussi parce que le réseau, jusqu'à un certain moment, ne leur semblait pas rentable en raison du nombre limité de personnes qu'il permettait de joindre.

Mais, en tout état de cause, l'accessibilité et l'utilité du téléphone ont largement évolué dans le temps et ces trois tendances, banalisation, coût élevé et effet-réseau, doivent être mises en regard de cette évolution.

Dans cette optique, l'échantillon a été scindé en trois sous-groupes : les ménages déjà abonnés en 1974, les ménages abonnés entre 1974 et 1980, et les ménages abonnés depuis 1980, époque à laquelle l'accessibilité au réseau est devenue tout à fait satisfaisante. Précisons tout de suite que l'analyse est néanmoins rendue difficile par les effets croisés de variables comme la C.S.P. et l'âge du chef de ménage et c'est pourquoi nous nous contenterons des tendances principales qui distinguent un groupe particulier de l'ensemble des ménages.

R A I S O N S	er. %
Coût trop élevé	23
Absence de besoin	20
Possibilité de téléphoner ailleurs	16
Ménage non encore installé définitivement	15
Relations peu abonnées	11
Impossibilité de raccordement	8
Pas envie d'être dérangé	4
Appréhension à l'égard du téléphone	2
Autre raison	1

Tableau 2.2 : Les raisons de non abonnement

Les ménages déjà abonnés en 1974 représentent 32 % de l'échantillon. Compte tenu du coût élevé de raccordement avant 1974, il n'est pas très étonnant que les C.S.P. aisées (4) soient sur-représentées dans ce groupe (70 %). Avec un âge moyen de 57 ans pour le chef de ménage à la date de l'enquête, ce groupe est le plus âgé et si, aujourd'hui 42 % des ménages ont pour chef un retraité, ceux-ci étaient pratiquement tous en activité en 1974. Par rapport à l'ensemble des ménages, ces "vieux" abonnés sont plus nombreux à avoir disposé du téléphone dès l'installation de leur ménage. Le contact avec les relations professionnelles a été, toujours par rapport à l'ensemble des ménages, une raison d'abonnement importante pour ces ménages. Enfin, si certains d'entre eux n'ont pas été abonnés pendant une période de leur existence, c'est souvent parce qu'il était impossible, pour des raisons techniques, d'être raccordé au réseau.

Logiquement, en termes de C.S.P., le groupe des ménages abonnés entre 1974 et 1980 (32 %) est plus diversifié. Encore une fois, les C.S.P. aisées ainsi que les ménages jeunes se sont plus souvent abonnés dès leur mise en ménage, comparativement aux C.S.P. modestes. Par contre, l'accession à la propriété ou l'éloignement d'un proche a souvent été l'occasion de s'équiper, une fois levé l'obstacle du coût de raccordement. Pour ces ménages, il semble que l'effet réseau ait joué à plein et que la possibilité de joindre leurs correspondants socio-affectifs ait été leur motivation majeure.

Les abonnés récents (36 %) sont logiquement les plus jeunes avec un âge moyen de 37 ans. Plus de la moitié d'entre eux se sont abonnés dès leur installation en ménage, témoignant de l'accession du téléphone au statut de bien de consommation courante. A côté de ces jeunes ménages, les ménages plus âgés ont été souvent amenés à s'abonner lors d'une maladie ou lors d'un éclatement de la cellule familiale. Corrélativement, la possibilité de télé-



phoner en cas d'urgence et de joindre leur famille a joué un grand rôle dans leur décision. Par contre, les jeunes ménages justifient souvent leur abonnement par la possibilité de rester en contact avec leurs amis, et rarement par le recours possible à l'appel d'urgence.

VOUS ETES-VOUS ABONNE POUR :	en %
Garder le contact avec votre ménage	3,5
la famille	34,5
les amis	12,5
les relations professionnelles	8,5
Pour pouvoir appeler en cas d'urgence	25,5
Pour vous éviter des déplacements	7,0
Pour être moins isolé	5,0
Parce que vous aviez toujours disposé de tel	3,0
Pour une autre raison	0,5

Tableau 2.3 : Les raisons d'abonnement

Ainsi, il apparait que si, pour l'ensemble de la population, le téléphone s'est banalisé ces dernières années jusqu'à acquérir le statut de bien de consommation courant ou même de première nécessité, ce processus était déjà amorcé avant 1974 pour les ménages les plus aisés.

Néanmoins, les circonstances et les motivations à l'abonnement restent très diverses même à l'intérieur des groupes constitués selon la durée d'abonnement. Pour plus de clarté, il serait nécessaire de pouvoir raisonner ceteris-paribus en maîtrisant, et l'âge, et la C.S.P., dans chacun des sous-groupes, ce que la relative faiblesse de l'échantillon interdit dans une large mesure. Malgré tout, quelle que soit l'ancienneté d'abonnement, la possibilité de garder le contact avec la famille et la possibilité de téléphoner en cas d'urgence sont d'autant plus citées que l'âge du chef de famille est élevé, à l'inverse du contact avec les amis. De même, le contact avec le monde professionnel est jugé plus important par les C.S.P. aisées que par les C.S.P. modestes contrairement au contact avec la famille. On retrouve d'ailleurs ces différenciations dans l'image que se font les personnes interrogées du téléphone.



### 3 - LES REPRESENTATIONS DU TELEPHONE

#### 3.1 - Une excellente image de marque

Dans le but de cerner les représentations sociales du téléphone, les personnes interrogées devaient effectuer un choix de deux qualificatifs parmi une liste de neuf adjectifs pouvant caractériser cet outil. C'est une image extrêmement positive qui se dégage de l'examen des 548 réponses obtenues.

Cependant, si 85 % des personnes interrogées ont une opinion tout à fait positive à l'égard du téléphone, 14 % des enquêtés partagent une vision plus nuancée, où le téléphone, jugé utile ou nécessaire, est aussi considéré comme contraignant ou angoissant. Enfin, seulement 1 % des enquêtés perçoivent le téléphone comme une contrainte qui semble leur peser.

Corrélativement à cette opinion quasiment unanime sur l'utilité du téléphone, il s'avère également, qu'à une écrasante majorité, les enquêtés considèrent qu'il leur serait plutôt difficile de s'en passer. Seuls les ménages abonnés depuis moins d'un an font exception à cette règle. Au delà de cette vision utilitaire largement partagée, trois modèles semblent cependant pouvoir être dégagés dans l'image que se font les individus et les ménages du téléphone :

- une vision purement utilitaire selon laquelle le téléphone est non seulement utile mais plus encore indispensable ; elle est commune aux individus qui sont souvent amenés à se servir du téléphone domestique à des fins professionnelles, patrons, artisans, cadres supérieurs et professions libérales ; c'est aussi celle des plus gros utilisateurs du téléphone ; corrélativement, ce sont ces ménages qui affirment pouvoir se passer le moins facilement du téléphone ;
- une vision "sécuritaire" où le téléphone est perçu comme un équipement utile et sécurisant ; c'est l'avis, notamment des ménages âgés, des retraités, et des abonnés de longue date, mais aussi celui des cadres moyens et des ouvriers ; les retraités sont d'ailleurs ceux qui tiennent, de tous les enquêtés, le plus à leur équipement ;
- une vision plus relationnelle du téléphone, partagée par les nouveaux abonnés et les jeunes ménages, les inactifs et les employés, parmi lesquels figurent une proportion importante de femmes, ceci expliquant peut-être cela.

Il s'avère donc que le champ des représentations du téléphone est structuré par les effets croisés de plusieurs facteurs parmi lesquels figurent l'âge et la C.S.P. du chef, la taille du ménage, ainsi que la durée d'abonnement et le niveau d'utilisation du téléphone, rendant ainsi l'analyse difficile au regard de la petite taille relative de l'échantillon. Néanmoins, on pourrait tracer quelques lignes de force dans ce champ :

- les C.S.P. aisées le considèrent, comme plus indispensable qu'utile ou agréable, les C.S.P. modestes plus utile et sécurisant qu'indispensable ;
- les ménages âgés le jugent utile et sécurisant, les ménages d'âge moyen utile et nécessaire, tandis que les jeunes ménages ont tendance à valoriser le caractère agréable du téléphone ;

- les vieux abonnés ont beaucoup plus tendance à le considérer comme nécessaire et sécurisant à l'inverse des abonnés récents, pour lesquels la notion de plaisir est plus présente ; on peut d'ailleurs penser à cet égard que le caractère sécurisant du téléphone serait d'autant plus présent qu'on a déjà pu apprécier par le passé son utilité dans un cas d'urgence.

Utile	32 %
Sécurisant	18 %
Nécessaire	16 %
Agréable	15 %
Indispensable	12 %
Onéreux	3 %
Contraignant	2 %
Bon marché	1 %
Angoissant	1 %

Tableau 2.4 : Les représentations du téléphone

Pour les plus gros utilisateurs, le téléphone est rarement perçu comme agréable, à l'inverse des petits consommateurs, pour qui le téléphone n'est, par contre, pas vraiment indispensable.

Dans la liste des qualificatifs soumis aux enquêtes, deux qualificatifs plus économiques avaient été proposés. Ils n'ont été que très rarement cités par les personnes interrogées, et ce sont surtout les qualificatifs relatifs à l'usage du téléphone qui sont apparus en premier lieu. Néanmoins, le téléphone, comme tout bien de consommation durable, a un certain coût d'usage et c'est à sa perception économique que nous allons plus particulièrement nous intéresser à présent.

### 3.2 - Un coût d'usage mal connu

Globalement, le coût d'usage du téléphone est relativement mal connu par les ménages. Seulement 45 % des personnes interrogées connaissent le prix d'une communication locale et près de 41 % d'entre elles le sous-estiment. Le prix d'une communication interurbaine est encore plus mal connu dans la mesure où 31 % des ménages sont à même d'indiquer le juste prix ; mais à l'opposé du coût des communications locales, 41 % des personnes interrogées sur-estiment ce coût.

La logique de la tarification P.T.T. qui, au delà d'une certaine



distance, ne fait plus intervenir que le temps de communication est, elle aussi, diversement connue des ménages ; 41 % d'entre eux pensent, à tort, qu'ils payent moins cher une communication de Lyon à Clermont-Ferrand qu'un appel de Lyon à Paris. De même, si le taux de réduction, unique à l'époque (50 %) est bien connu, seulement un tiers des personnes interrogées ont une bonne connaissance des plages horaires soumises à ce taux.

### 3.3. - Un bien de consommation économique

Si le coût d'usage est mal connu des ménages, une des raisons tient certainement au fait que ce coût ne constitue pas un poids excessif dans le budget des ménages (facture moyenne : 320 F) : 75 % des ménages ont une facture bimensuelle inférieure à 400 F. 16 % d'entre eux seulement considèrent que leurs dépenses téléphoniques sont trop élevées par rapport à leur revenu, contre 63 % qui les jugent normales et 21 % à qui elles semblent faibles ou même négligeables. C'est d'ailleurs tout à fait compatible avec l'attitude dominante des ménages face à leur téléphone. En regard de sa forte utilité, son coût semble tout à fait justifié, sinon raisonnable.

Les deux phénomènes signalés précédemment, sous-estimation du coût des communications locales, sur-estimation du coût des communications interurbaines trouvent leur écho dans l'appréciation portée par les ménages sur les tarifs P.T.T.. En effet, si près de 80 % d'entre eux jugent raisonnable le prix des communications locales, ils sont 60 % à trouver excessifs les tarifs interurbains. Plus de la moitié des ménages considèrent comme tout à fait acceptable le coût du raccordement au réseau, mais jugent par contre l'abonnement trop coûteux.

Globalement, l'appréciation économique à l'égard du téléphone ne dépend apparemment ni de l'âge, ni de la C.S.P. du chef de ménage. Par contre, une certaine corrélation positive avec le revenu peut être mise en évidence. En général, les plus bas revenus ont tendance à juger le téléphone plus cher que les hauts revenus, que ce soit pour les communications locales et interurbaines ou pour l'abonnement bi-mensuel. Un seul tarif échappe à cette règle, la taxe de raccordement au réseau. En fait, les ménages aisés, abonnés plus tôt, ont dû payer relativement cher leur accès au réseau, ce qui n'est pas le cas des ménages modestes qui ont accédé plus récemment à un équipement qui, pendant longtemps, n'était pas à la portée de leur bourse.

On observe un effet similaire quand on différencie les ménages selon leur niveau de consommation téléphonique. Un quart des gros consommateurs (plus de 30 communications/semaine) estiment leur facture téléphonique trop élevée par rapport à leurs revenus (contre 14 % des petits consommateurs). De même, la taxe d'accès au réseau, les prix des communications locales et interurbaines sont plus souvent jugés excessifs par ceux qui consomment le plus. Seule exception, le montant de l'abonnement que les petits consommateurs sont proportionnellement plus nombreux à estimer excessif. Ceci est tout à fait compréhensible dans la mesure où ce coût fixe représente pour ceux qui consomment peu, un pourcentage non négligeable de leur facture, ce qui n'est bien évidemment pas le cas des consommateurs les plus "boulimiques" dont



dont le coût "variable" (consommation proprement dite) est proportionnellement beaucoup plus important.

En résumé, il s'avère que les ménages ont une perception massivement utilitaire, voire utilitariste, du téléphone. Il est quasiment unanimement considéré comme utile, sécurisant, nécessaire voire indispensable. C'est un outil qui rend service et, comparativement à cette utilité, son coût d'usage apparaît à la plupart des ménages tout à fait justifié, même si la tarification interurbaine, est jugée un peu excessive.

Mais, si cette représentation globale du téléphone est relativement sensible aux variables socio-démographiques traditionnelles (âge, niveau de vie), le contexte dans lequel s'est effectuée l'intégration de cette technologie à la société est tout aussi important. En effet, le téléphone est, somme toute, une technologie d'introduction récente, du moins en France. Trois périodes à cet égard peuvent être distinguées. Avant 1974, le téléphone est rare et cher, c'est un bien de luxe et seuls les plus hauts revenus en sont équipés. A partir de 1974, l'ensemble des ménages va progressivement s'abonner à un réseau dont le coût d'accès va simultanément baisser. Cet abonnement massif s'effectue dans le cadre d'un phénomène cumulatif qui voit le réseau se "rentabiliser" avec la croissance du nombre des abonnés. Enfin, depuis 1980, on assiste à une banalisation générale de l'accession au réseau, banalisation en fait déjà entamée depuis longtemps pour les plus hauts revenus. Le téléphone, du statut de bien de "luxe", accède ainsi à celui de bien de consommation courante, voir même à celui de bien de première nécessité.

Toutefois, à côté des représentations sociales qu'elle suscite, tributaires, comme nous l'avons vu, des conditions de son intégration, une technologie fait aussi l'objet de processus d'utilisation par les individus et les ménages que nous allons maintenant tenter de saisir à travers leurs pratiques.

## II - LA CONSOMMATION TELEPHONIQUE DES MENAGES

Afin d'évaluer la consommation téléphonique des ménages d'un point de vue strictement quantitatif, trois indicateurs de niveaux de consommation peuvent être retenus :

- le premier, le plus classique et le plus simple, est le nombre de communications émises et reçues chaque semaine par le ménage ;
- le second, porte sur l'une des ressources rares de tout ménage, le temps ; la consommation téléphonique peut être alors être caractérisée par le budget-temps hebdomadaire qui lui est consacré ;
- le troisième indicateur fait référence à une autre ressource rare du ménage, son revenu ; la consommation téléphonique peut alors être caractérisée par son coût hebdomadaire, qui donne indirectement une évaluation du nombre de taxes de base consommées par chaque ménage.

Ces trois indicateurs n'ont pas le même statut au regard de l'utilisation du téléphone. Si l'on peut penser que le premier est relativement indépendant de la structure de la consommation téléphonique, les deux autres sont en revanche sensibles à cette structure. Les budgets-temps téléphoniques des individus dépendront en effet de la répartition des communications téléphoniques selon les motifs et les correspondants. De même, le budget téléphonique d'un ménage dépendra très directement de la configuration spatio-temporelle de ses appels (localisation, heure et durée d'appel).

Si le nombre de communications téléphoniques hebdomadaire est le meilleur indicateur pour analyser des pratiques communicationnelles, le temps passé et le budget consacré au téléphone sont des moyens complémentaires pour caractériser les consommations téléphoniques.

L'unité de mesure de la consommation téléphonique des ménages ayant été définie, il convient d'examiner les dispersions de consommation, puis de repérer et d'interpréter, à l'aide des caractéristiques socio-économiques classiques des ménages, les processus de différenciation sociale liés à l'utilisation domestique du téléphone, afin de réaliser une typologie opérationnelle des ménages permettant une analyse plus qualitative de leurs pratiques téléphoniques.

### I - UNE CONSOMMATION ASSEZ DISPERSEE

La consommation téléphonique moyenne d'un ménage au cours d'une semaine peut être estimée à l'aide des trois indicateurs suivants :

- 21 communications (émises ou reçues), soit en moyenne trois par jour ;
- 2 h 45 mn passées au "bout du fil", soit près de 25 mn chaque jour ;
- 27 F, soit un budget quotidien de près de 4 F affecté à l'utilisation domestique du téléphone.

Les moyennes ne donnent cependant qu'une image très déformante

de la consommation téléphonique des ménages puisque les dispersions de consommation entre les différents ménages sont très importantes. En effet alors que sur 298 ménages enquêtés, 25 ménages n'ont décroché leur combiné qu'une fois tous les deux jours, 8 ménages téléphonaient plus de 10 fois par jour.

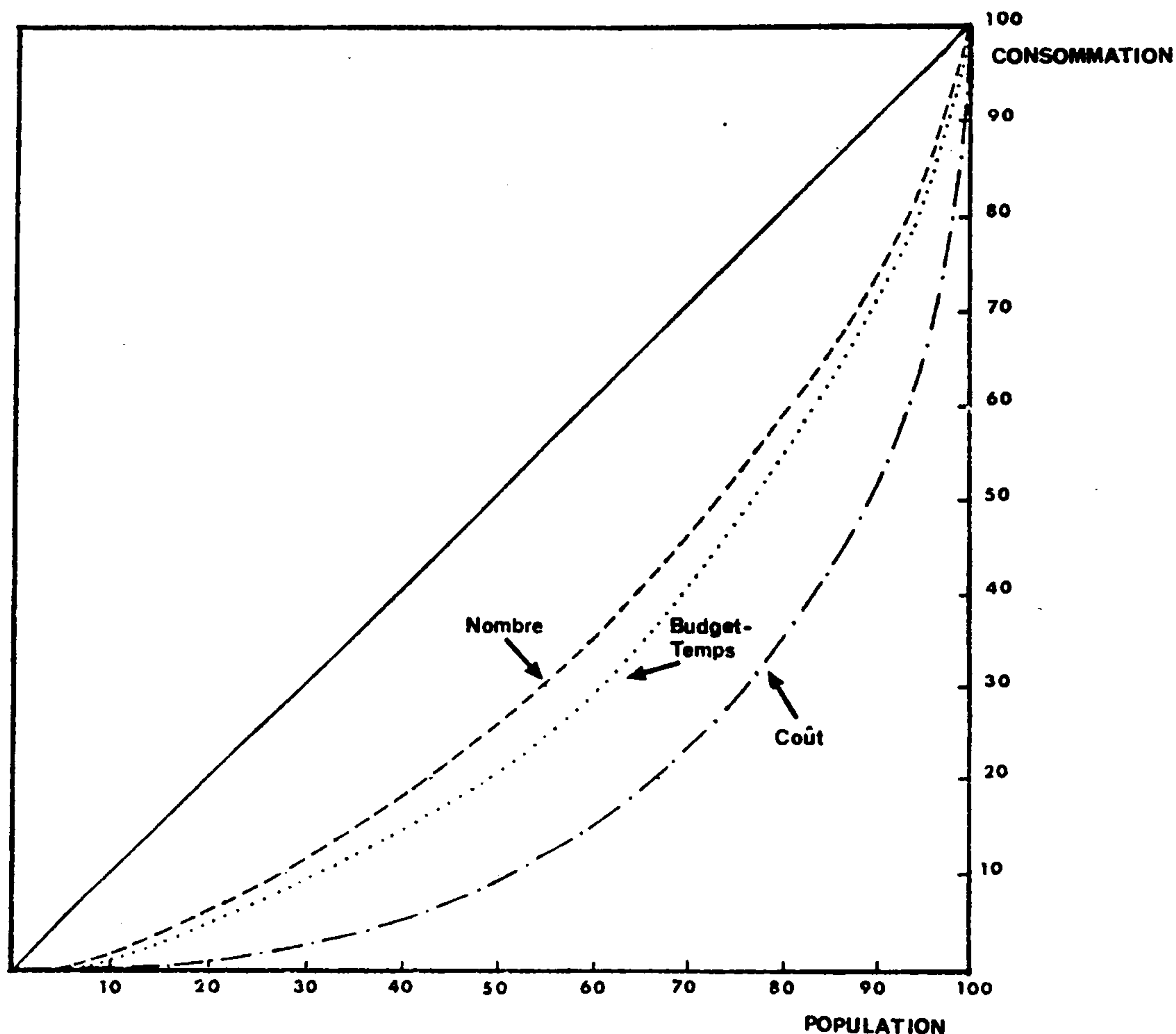


Schéma 2.1 : Courbes de concentration de la consommation des ménages

Les courbes de concentration de la consommation téléphonique des ménages rendent bien compte de ces disparités (cf. schéma 2.1) qui vont en s'accroissant lorsque l'on passe du nombre de communications, au budget-temps, et du budget-temps au coût :

- 50 % des communications téléphoniques sont effectuées par 28 % des ménages alors que 50 % des ménages ne réalisent que 26 % du trafic domestique ;
- de même 50 % du temps passé au téléphone est le fait de 25 % des ménages, alors que la moitié d'entre eux ne consomme que 21 % du budget-temps téléphonique global ;
- enfin, 50 % des dépenses consacrées au téléphone domestique sont réalisées par 12 % des ménages, 50 % d'entre eux ne dépensant que 10 % du budget téléphonique total.



Les consommations téléphoniques hebdomadaires des ménages sont donc tout à fait inégales. Bien que cette dispersion puisse être le produit des comportements des différents individus qui composent chaque ménage, il est tout à fait intéressant, au moins dans un premier temps, de rechercher les principaux déterminants démographiques, sociologiques et économiques de ces disparités, en se limitant à l'unité d'observation que constitue le ménage.

2 - DES DISPERSIONS DE CONSOMMATION AUX DIFFERENCIATIONS SOCIO-ECONOMIQUES DES MENAGES

Les ménages peuvent être différenciés selon plusieurs types de caractéristiques liés à leur structure socio-démographique (taille, âge, nombre d'enfants, âge des enfants, ...) et à leur structure socio-économique (actif-inactif, nombre d'actifs, C.S.P., revenu,...). Il convient donc d'analyser les effets de chacune de ces variables sur les niveaux de consommation des ménages.

2.1 - Les effets de taille : croissance et complexité

La consommation téléphonique des ménages, repérée par leur nombre de communications, leur budget-temps ainsi que leurs dépenses téléphoniques hebdomadaires, augmente en fonction de leur taille. La consommation des ménages de 6 personnes et plus est presque deux fois plus élevée que celle des ménages d'une personne (cf Tableau 2.5).

TAILLE	1	2	3	4	5	6 et +
Nombre de ménages	68	88	65	51	20	6
Nombre de communication	16,85	17,26	23,38	25,12	28,55	31,33
Budget-Temps	2 h 26'	2 h 05'	2 h 56'	3 h 20'	3 h 51'	4 h 22'
Coût (en F)	19,4	23,8	26,9	32,6	49,3	41,16

Tableau 2.5 Evolution de la consommation téléphonique des ménages en fonction de la taille.

Si ce résultat global n'a rien de très surprenant, plusieurs précisions s'imposent :

- premièrement, la croissance de la consommation téléphonique en fonction de la taille des ménages n'est pas linéaire : la présence d'une personne supplémentaire dans le ménage n'induit pas un trafic supplémentaire équivalent ; si

l'on ne s'intéresse qu'aux ménages d'au moins trois personnes (un couple et un enfant), on remarque qu'une personne (un enfant) de plus induit une consommation supplémentaire d'environ 10 % ;

- deuxièmement, le différentiel de consommation moyenne entre les ménages de taille 1 et les ménages de taille 2 est si faible qu'il ne saurait être imputable à un effet de taille ; en fait, les ménages de deux personnes ou plus sont caractérisés par l'absence d'enfant (5) ; doit-on alors en déduire que l'effet de taille du ménage ne joue véritablement qu'à partir du moment où le ménage devient une famille dans laquelle prend place un enfant ?

Cette interprétation est sans doute pour partie fondée, mais il convient de la compléter par deux autres remarques permettant de justifier la relative proximité de consommation des ménages de taille 1 et 2 :

- il semblerait tout d'abord qu'il y ait un seuil "minimum" (social, communicationnel, fonctionnel) de consommation téléphonique, par un ménage quelle que soit sa taille, de l'ordre de 12 à 15 communications par semaine ; à ce titre, les célibataires seraient avant tout des ménages ayant à gérer des activités similaires à un ménage de deux personnes ;
- en second lieu, si les célibataires vivant seuls téléphonent autant que les ménages de deux personnes, c'est sans doute parce que le téléphone est pour eux un moyen de compenser le relatif isolement communicationnel dans lequel ils se trouvent la plupart du temps.

En résumé, la croissance de la consommation téléphonique en fonction de la taille du ménage est selon nous le produit de deux effets :

- le degré de complexité d'un ménage, comme de toute autre organisation, augmente avec sa taille ; en d'autres termes, cela signifie qu'il faudra une quantité d'information plus importante pour gérer une organisation de cinq personnes qu'une organisation de deux personnes ; la présence d'enfants dans le ménage induira par exemple de nouveaux besoins de communication liés à l'école, aux loisirs, à la santé, à la garde des enfants, ...
- le niveau de consommation téléphonique d'un ménage dépendra également du nombre de personnes susceptibles de téléphoner ; compte tenu des critères que nous avons retenus lors de la réalisation de cette enquête, cela signifie que la consommation téléphonique dépendra du nombre de personnes de plus de 13 ans.

On peut vérifier ces deux hypothèses en analysant l'évolution de la consommation téléphonique des ménages en fonction du nombre d'enfants et du nombre de personnes de plus de 13 ans (cf. schéma 2.2)

La présence d'un enfant dans un ménage se traduit par une surconsommation moyenne de l'ordre de 30 % par rapport à la consommation téléphonique moyenne des ménages sans enfant. La consommation augmente ensuite de 10 à 14 % par enfant supplémentaire. On vérifie ainsi, que l'arrivée d'un enfant dans un ménage se traduit, y compris au téléphone, par des niveaux de consommation différents que l'on peut imputer tant à la présence d'un consommateur supplémentaire qu'au degré de complexité croissant de l'organisation du ménage.

On vérifie aisément l'influence de la présence d'un consommateur potentiel supplémentaire en analysant l'évolution de la consommation du

ménage en fonction du nombre de personnes de plus de 13 ans. De là à faire un amalgame entre les effets liés à la taille du ménage et les effets liés au nombre de personnes de plus de 13 ans susceptibles d'avoir téléphoné, il n'y a qu'un pas qu'il convient d'éviter.

En effet, pour un nombre donné de personnes susceptibles d'avoir téléphoné, la consommation des ménages augmente toujours en fonction de leur taille. Ainsi, par exemple, les ménages composés de deux personnes de plus de 13 ans ont des consommations distinctes selon leur taille : 17,26 communications pour les ménages de taille 2, 19,89 pour les ménages de taille 3, 24,56 pour les ménages de quatre personnes et 19,22 pour les ménages de 5 personnes. Cela

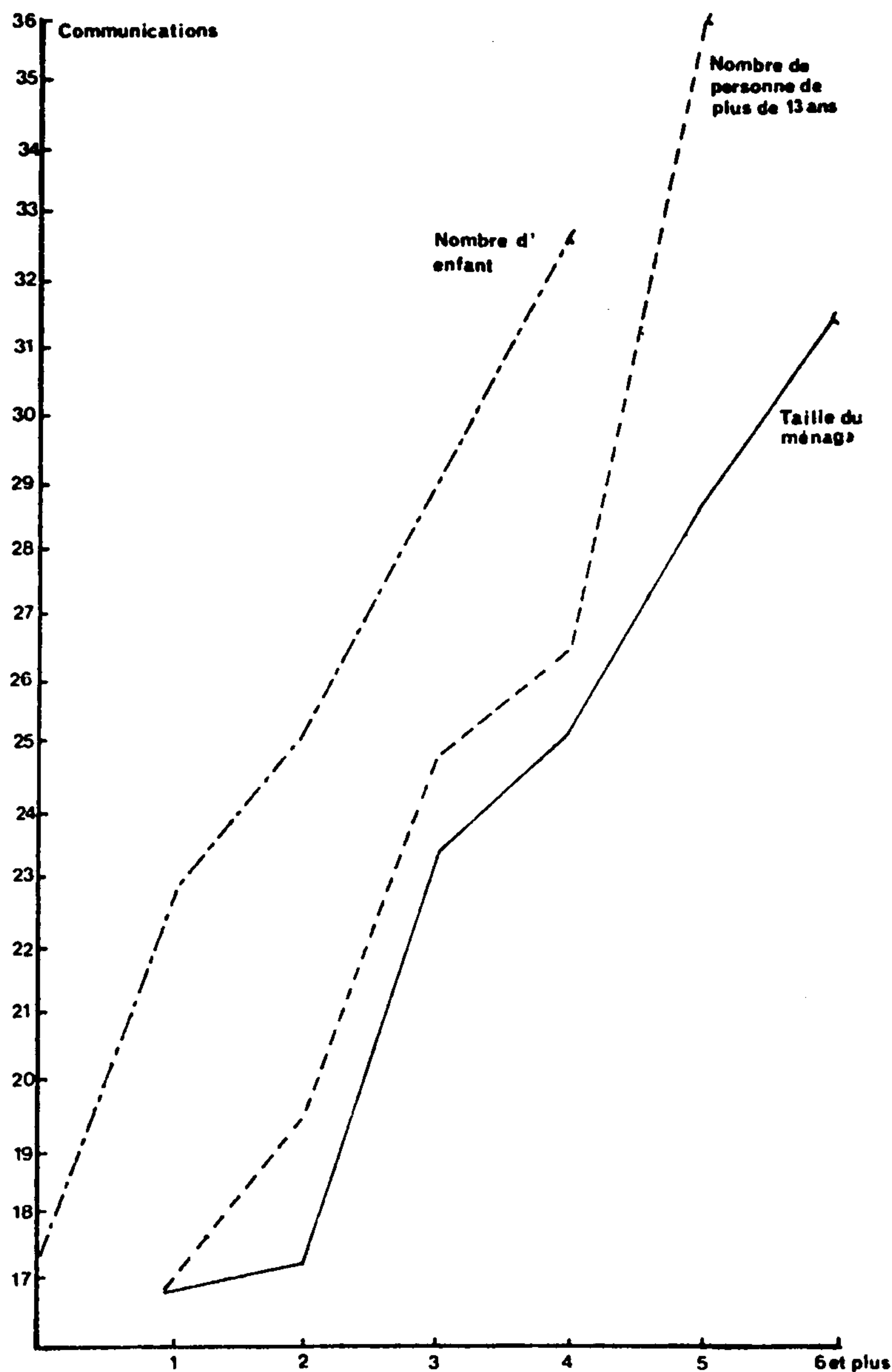


Schéma 2.2 : Les effets de taille

signifie à l'évidence que le volume de consommations téléphoniques d'un ména-



ge ne dépend pas seulement du nombre de personnes susceptibles de téléphoner, mais aussi de son degré de complexité. Le téléphone n'est donc pas uniquement un moyen de communication individuelle, puisqu'il est également un outil permettant de gérer les activités du ménage et de ses différents membres. En d'autres termes, si la consommation téléphonique des ménages est la somme des consommations des individus qui le composent, les niveaux de consommation de ces individus dépendront également du degré de complexité de l'organisation du ménage auquel ils appartiennent.

2.2 - Les déformations liées à l'âge

L'évolution des niveaux de consommation téléphonique des ménages en fonction de l'âge du chef de famille semblerait accréditer l'idée selon laquelle la consommation téléphonique augmente jusqu'à 60 ans puis diminue au delà. En fait, derrière l'âge du chef de famille se cachent le plus souvent des structures familiales (taille, nombre d'enfants, âge des enfants) radicalement différentes. En effet, les ménages les plus jeunes (20-30 ans) comme les ménages les plus âgés (60 ans et plus) sont pour l'essentiel de taille 1 ou 2, alors que les autres ménages (30-60 ans) sont principalement formés de 3 personnes ou plus. Il n'est donc pas surprenant de retrouver à travers les effets de l'âge du chef de famille, les effets liés à la taille du ménage.

AGE	20 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	60 - 69	70 - 79	80 et +
Ensemble des ménages	19,66	20,26	23,71	23,81	19,27	16,68	12,38
Taille 1	15,16	12,25	26,00	14,60	20,95	17,40	13,60
Taille 2	19,09	19,57	20,00	13,72	17,45	16,00	10,50
Taille 3	20,45	21,38	21,88	28,17	20,00	15,00	10,00
Taille 4	30,00	20,23	24,87	29,69	-	-	-

Tableau 2.6 : Consommation téléphonique des ménages et âge du chef de famille

Il convient de neutraliser l'effet de taille du ménage, afin de comparer les niveaux de consommation des ménages selon l'âge de la personne de référence. Compte tenu de la taille limitée de notre échantillon de ménages, les résultats méritent d'être interprétés avec la plus grande prudence. Plusieurs hypothèses peuvent cependant être avancées :

- de 20 ans à 60 ans l'âge du chef de famille ne semble pas induire de différentiel de consommation interprétable, pour une taille de ménage donnée ; ce sont des ménages où figurent la plupart du temps au moins un actif, qui ne se différencient en fait, (pour les ménages de taille trois et plus) que par l'âge des enfants et donc indirectement le nombre de personnes susceptibles de

téléphoner ;

- pour les ménages dont le chef de famille est âgé de plus de 60 ans, on remarque que les célibataires âgés téléphonent plutôt plus que les célibataires plus jeunes, alors que pour les ménages de taille supérieure ou égale à deux, on observe le mouvement inverse ; le téléphone peut être ainsi un moyen de communication des plus précieux pour les célibataires âgés qui font partie des catégories les plus isolées dans notre société ;
- enfin, quelle que soit la taille du ménage, la consommation téléphonique des ménages diminue dès que le chef de famille dépasse 60 ans ; il y a sans doute derrière ce phénomène deux interprétations complémentaires ; un effet de génération puisque les ménages âgés sont d'une génération où le téléphone ne faisait pas partie de la vie quotidienne ; un effet lié à la retraite qui se traduit le plus souvent par un mode de vie différent, où les activités à réaliser, donc à gérer, sont moins nombreuses et où le temps disponible pour réaliser ces activités est moins contraint.

En résumé, l'âge du chef de famille n'est pas un déterminant intéressant pour l'analyse de la consommation téléphonique des ménages car il renvoie inéluctablement à des caractéristiques plus importantes à savoir : la structure du ménage, l'appartenance à telle ou telle génération, ainsi que l'activité ou l'inactivité de la personne de référence. Il convient donc de compléter cette première analyse socio-démographique des niveaux de consommation des ménages, par une analyse plus socio-économique tenant compte du statut des membres du ménage au regard de l'activité professionnelle, de leur C.S.P., du nombre d'actifs, ..., tout en s'efforçant de neutraliser quand cela est possible les effets liés à la structure des ménages.

### 2.3 - L'activité professionnelle : temps et urgence

La consommation téléphonique des ménages varie assez sensiblement selon que le chef de famille est ou non actif. La consommation des ménages, dans lesquels au moins une personne travaille, est en moyenne de 20 à 30 % supérieure à la consommation des ménages d'inactifs. En fait, derrière ce différentiel, on retrouve pour partie les effets liés à la taille du ménage puisque les inactifs sont principalement des ménages de retraités d'une ou deux personnes.

Cependant la distinction entre ménages d'actifs et ménages d'inactifs reste intéressante lorsque l'on raisonne à taille de ménage constante (cf. schéma 2.3). Si les ménages de deux personnes ou plus dont le chef de famille est actif téléphonent toujours plus que les ménages dont la personne de référence est inactive (retraités, étudiants, ...), les célibataires inactifs ont une consommation téléphonique d'environ 30 % supérieure à celle des célibataires actifs. Ainsi les niveaux de consommation très proches des ménages d'une personne et de deux personnes (17 communications par semaine) masquent-ils :

- la sur-consommation relative des célibataires inactifs par rapport aux célibataires actifs ;
- la sur-consommation relative des couples actifs par rapport aux couples d'inactifs.



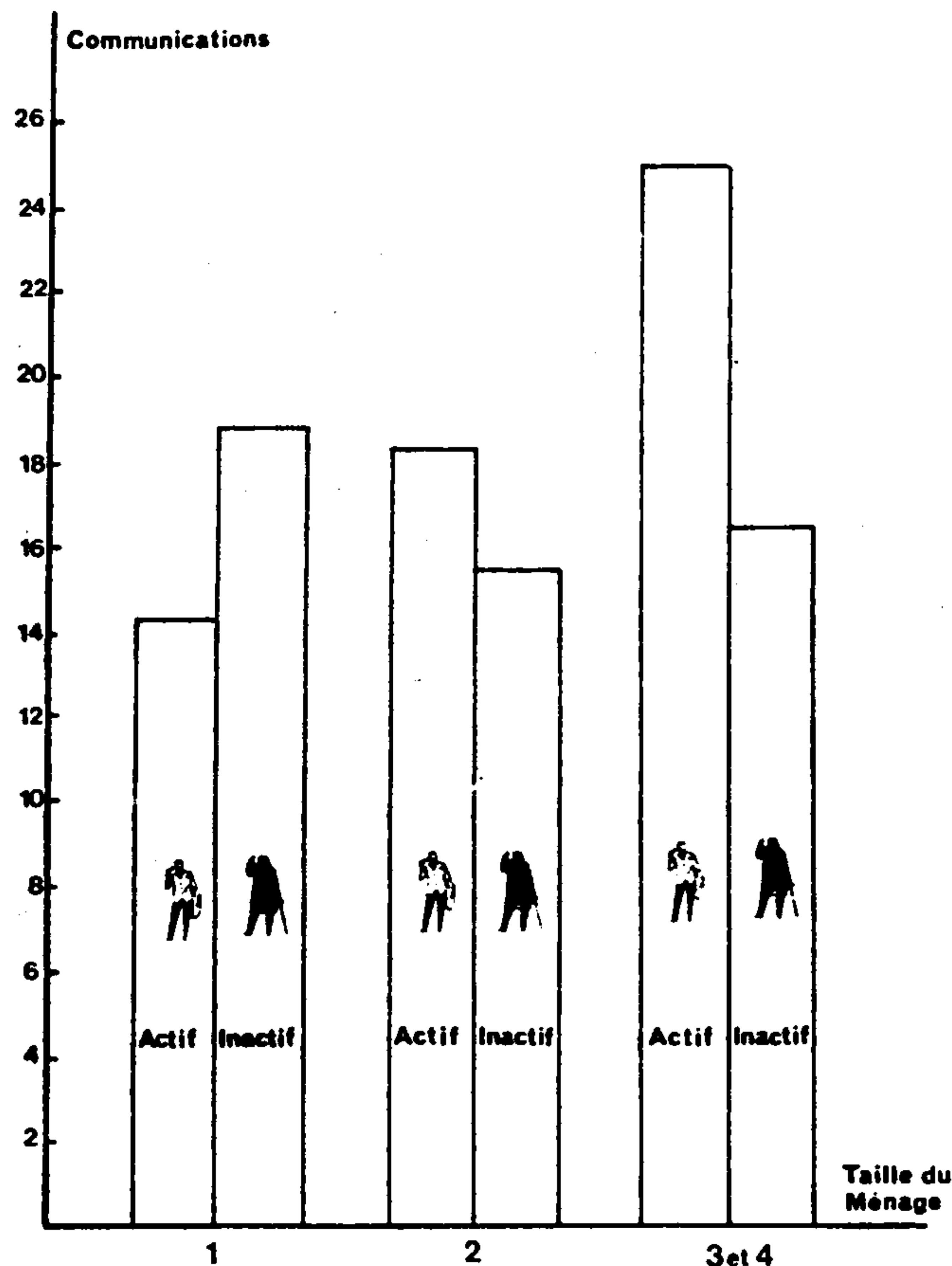


Schéma 2.4 : CSP du chef de famille et consommation téléphonique

Il suffit alors de constater que les célibataires inactifs ont une consommation téléphonique moyenne supérieure aux autres ménages d'inactifs pour avancer une interprétation plausible de ce paradoxe apparent. En effet, bien que les inactifs disposent en moyenne de plus de temps à consacrer au téléphone domestique que les ménages d'actifs, leurs comportements téléphoniques ne semblent pas rendre compte de ce différentiel de ressources, sauf dans le cas des célibataires. La sur-consommation relative des célibataires inactifs est sans doute plus à relier à leurs besoins de communication interpersonnelle. En effet, non seulement on peut supposer qu'ils disposent de plus de temps pour communiquer, mais surtout on doit remarquer qu'ils n'ont le plus souvent aucune possibilité de communiquer à leur domicile puisqu'ils y sont seuls, à la différence des couples de retraités qui peuvent au moins discuter entre eux.

En dehors des comportements très typiques des célibataires inactifs, les ménages d'inactifs téléphonent généralement moins que les autres ménages d'actifs pour les raisons suivantes :

- premièrement, on retrouve ici sans doute un effet de génération puisque les ménages d'inactifs, pour l'essentiel des couples de retraités, ne sont pas de la génération du téléphone, du moins en France ;
- deuxièmement, les réseaux de relation des ménages d'inactifs sont souvent plus limités que ceux des autres ménages ; les relations professionnelles en sont absentes, les amis sont moins nombreux, jusqu'à la famille proche qui se



restreint ;

- troisièmement, les activités à gérer dans la vie quotidienne d'un ménage d'inactifs sont aussi moins nombreuses et le temps dont ils disposent, pour réaliser et gérer ces activités est plus important ; le recours au téléphone pour la gestion de la vie quotidienne du ménage est alors moins fréquent.

Ainsi, la distinction entre ménage sans actif et autres ménages se justifie-t-elle amplement. Les effets croisés entre taille et activité du chef de famille nous conduisent à distinguer provisoirement cinq catégories de ménages : les célibataires actifs, les célibataires inactifs, les autres ménages inactifs, les couples d'actifs et les ménages de trois personnes et plus dont le chef de famille est actif.

#### 2.4 - La catégorie socio-professionnelle

Si la structure du ménage (taille, ...) et sa position dans le cycle de vie (actif - inactif, ...) induisent des niveaux de consommation téléphonique différenciés, on peut se demander si sa position socio-économique, repérée par la C.S.P. à laquelle il peut être rattaché, ne permet pas également d'enrichir l'analyse des principaux déterminants de la consommation téléphonique des ménages.

De fait, quelle que soit leur taille, les ménages dont le chef de famille est patron, profession libérale, ou cadre, utilisent plus fréquemment le téléphone que les ménages dont le chef de famille est employé ou ouvrier. Il y a sans doute ici un effet lié au revenu du ménage ; cependant, comme nous le verrons ultérieurement, la consommation téléphonique s'effectue sans réelle contrainte budgétaire (6). Ce n'est en effet pas parce qu'un ménage aura un revenu disponible trois ou quatre fois supérieur à un autre que sa consommation téléphonique sera pour autant très différente.

La sur-consommation relative de près de 40 % des ménages rattachés à des C.S.P. aisées, s'explique sans doute beaucoup plus par leur mode de vie assez différent de celui des autres ménages. Pour être caricatural, ce sont les ménages les plus affairés ; cela signifie probablement que le téléphone sera pour eux un excellent outil de gestion de leurs activités. Ils ont également une perception sans doute différenciée de cet outil qui est plus intégré à leur vie quotidienne. Leurs pratiques téléphoniques laissent place au superflu au côté des communications plus urgentes et indispensables des ménages d'ouvriers et d'employés. En d'autres termes, si la consommation téléphonique d'un ménage ne dépend que rarement de son revenu, la sur-consommation relative des ménages les plus aisés ne peut s'expliquer que par un statut différent du téléphone au sein de ces ménages, qui semble a priori plus intégré, banalisé dans leur vie quotidienne, leur mode de vie.

On a coutume d'analyser les comportements des ménages en fonction des caractéristiques du chef de famille. Il est en fait intéressant de constater que, si l'on rattache les ménages à la C.S.P. du conjoint, on obtient des résultats qui confirment l'usage plus fréquent du téléphone chez les cadres.

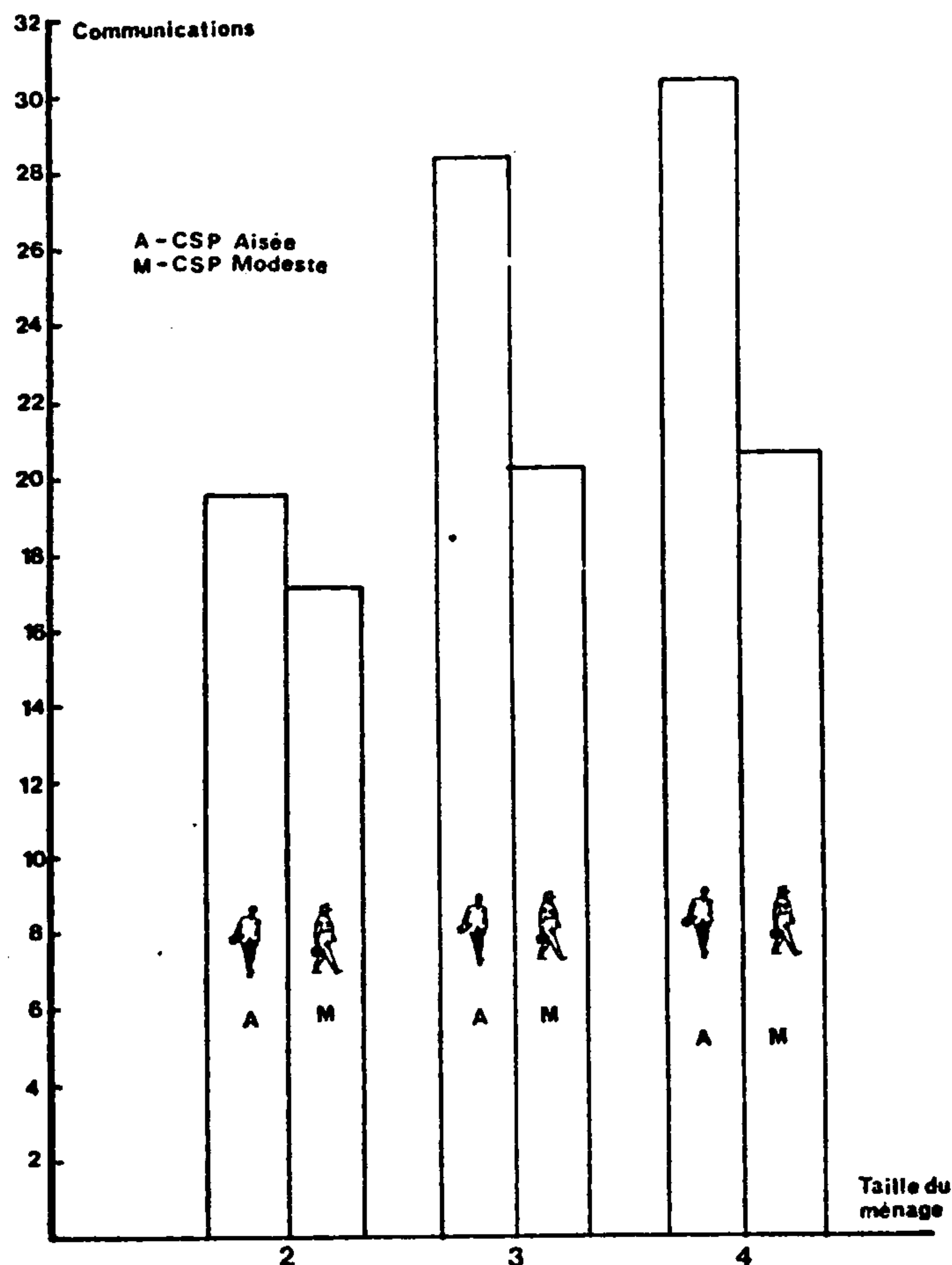


Schéma 2.4 CSP du chef de famille et consommation téléphonique

La consommation téléphonique d'un ménage dépendra non seulement de sa taille, de l'activité ou de l'inactivité du chef de famille, de sa catégorie socio-professionnelle, mais aussi du nombre d'actifs présents dans le ménage. Les ménages de deux actifs téléphonent en règle générale moins fréquemment que les ménages ne comptant qu'un seul actif, et ceci quelle que soit la C.S.P. de rattachement. Cette sous-consommation relative, de l'ordre de 20 %, des ménages de deux actifs est surtout marquée chez les ménages de trois personnes et plus. On retrouve en fait ici deux idées que nous évoquions précédemment :

- l'utilisation du téléphone dépend du temps disponible des ménages ; un ménage où ne figure qu'un actif aura plus de temps à consacrer au téléphone qu'un ménage de deux actifs ;
- par ailleurs, la consommation téléphonique dépendra pour partie de la situation de plus ou moins grande pénurie communicationnelle dans laquelle se trouvent les individus qui composent le ménage ; à cet égard, les femmes au foyer se serviront probablement plus fréquemment du téléphone que les femmes actives dans la mesure où elles ont non seulement plus de temps, mais aussi relativement moins d'opportunités de communication face à face au cours de la journée.

### 3 - VERS UNE TYPOLOGIE DES MENAGES

Etant donnée la taille tout à fait limitée de notre échantillon de ménages (298 ménages), il ne saurait être question de proposer une typologie très fine. Compte tenu par ailleurs du nombre de variables qu'il faudrait prendre en compte pour être à peu près exhaustif, le seul objectif réaliste que l'on puisse se fixer est d'élaborer une typologie grossière sur la base des déterminants les plus marquants de la consommation téléphonique des ménages, à savoir : la taille du ménage, le nombre d'actifs et la ou les C.S.P. du ou des actifs du ménage.

#### 3.1 - Principes d'élaboration de la typologie des ménages

Les principes d'élaboration de cette typologie sont présentés dans le schéma 2.5.

Le premier critère retenu est la taille du ménage qui permet de distinguer les célibataires, les ménages de deux personnes et les familles de trois personnes et plus. On dispose ainsi de trois groupes de ménages très distincts : le ménage-individu, le ménage-couple (généralement sans enfant), le ménage-famille (le plus souvent avec au moins un enfant).

Le deuxième déterminant pris en compte est l'activité ou l'inactivité de la personne de référence. Il permet de séparer les ménages-individus et les ménages-couples entre actifs et inactifs ; par ailleurs 9 ménages de retraités composés d'au moins trois personnes ont été rattachés aux ménages couples d'inactifs. Les quelques 6 ménages dont le chef de famille est chômeur ont été rattachés aux ménages actifs.

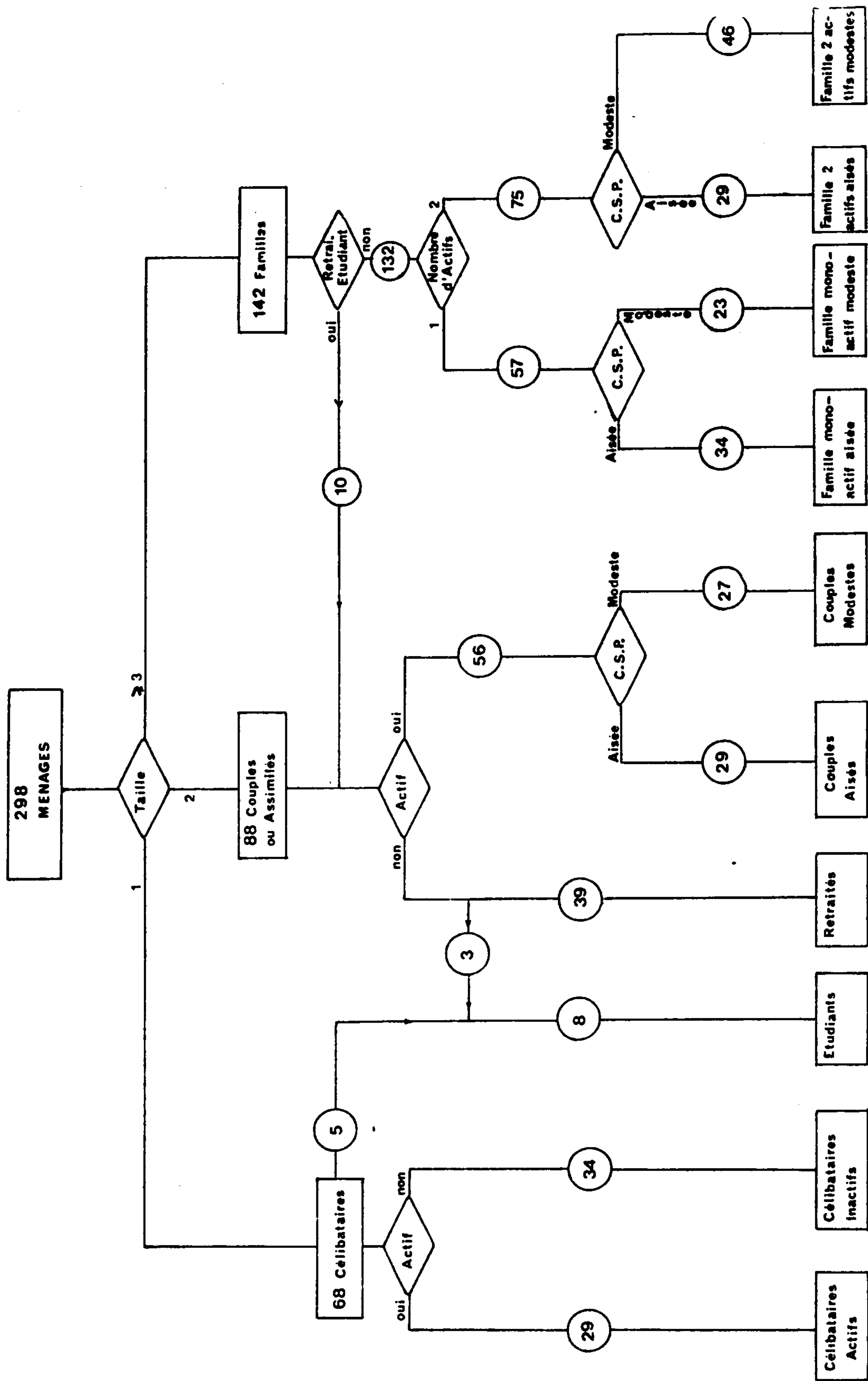
Le troisième critère intermédiaire qui a été retenu, permet de distinguer les ménages-familles de deux actifs, des ménages familles où un seul individu travaille. Ce critère n'a pas été utilisé pour les ménages de deux personnes dans la mesure où il nous a semblé préférable compte tenu du nombre assez limité de ces ménages-couples de les différencier à l'aide du critère suivant.

Le dernier critère retenu pour cette typologie a été celui de la C.S.P. du chef de famille dans le cas des ménages à un actif, et des C.S.P. du chef de famille et de son conjoint dans le cas des ménages à deux actifs. Cela permet de distinguer les ménages dits "aisés" et les ménages dits "modestes".

Enfin les ménages d'étudiants ont été mis dans une catégorie spécifique afin d'éviter de les agréger dans d'autres groupes (célibataires inactifs, couples inactifs, ...) qui auraient ainsi perdu de leur homogénéité.



SCHEMA 2.5 Typologie des ménages



### 3.2 - Les différentes catégories de ménages

La typologie retenue permet de différencier 10 groupes de ménages, soit :

- un groupe de ménages-étudiants
- deux groupes de ménages-individus,
- trois groupes de ménages-couples,
- quatre groupes de ménages-familles.

#### 1. Les étudiants

Ce groupe rassemble 8 ménages d'étudiants dont cinq célibataires vivant seuls, un ménage de deux étudiants célibataires et deux ménages de trois étudiants célibataires. Compte tenu du nombre tout à fait insuffisant de ménages d'étudiants, nous n'y ferons référence par la suite que s'ils présentent des caractéristiques très marquées par rapport aux autres ménages.

#### 2. Les ménages-individus

Sur les 63 célibataires vivant seuls restants, deux groupes ont été distingués :

- 29 célibataires actifs qui sont pour moitié des hommes, assez jeunes, leur moyenne d'âge étant de 35 ans ;
- 34 célibataires inactifs, dont 85 % de femmes, presque exclusivement retraités.

#### 3. Les ménages-couples ou assimilés

Dans cette catégorie, on distingue :

- 39 ménages de retraités dont 82 % de couples de retraités ;
- 29 couples actifs "aisés" (C.S.P. patrons, professions libérales, cadres) tous sans enfant, assez jeunes (75 % ont moins de 40 ans), dont 59 % de double-actifs ;
- 27 couples actifs "modestes", plus âgés que les couples précédents (50 % ont plus de 40 ans), dont 37 % de double-actifs.

#### 4. Les ménages-familles

Ces ménages de trois personnes ou plus peuvent être différenciés autour de quatre catégories :

- 34 ménages mono-actifs "aisés", plus de 90 % ont des enfants, la moyenne d'âge du chef de famille est de 43 ans ;
- 23 ménages mono-actifs "modestes", plus de 90 % ont des enfants, l'âge moyen est également de 43 ans ;
- 29 ménages double-actifs "aisés", dont un seul n'a pas d'enfant et dont la

- moyenne d'âge est de 41 ans ;
- 46 ménages double-actifs "modestes", ayant tous au moins un enfant, l'âge moyen du chef de famille étant de 43 ans.

Ainsi, les biais éventuels liés aux positions de ces quatre groupes de ménage dans le cycle de vie (présence d'enfant, âge du chef de famille), ne semblent pas très importants. Le seul biais réel qui subsiste porte sur la structure de ces catégories selon la taille du ménage. En effet si, 35 % et 27 % des ménages de mono-actif sont respectivement de taille 3 et 5 ou plus, 49 % des ménages de double actif comptent 3 personnes et 11 % sont composés de cinq personnes ou plus. Ainsi, la distinction, mono-actif/double actif, reprend-elle également un effet de taille des ménages. Cependant, les dispersions entre les valeurs moyennes de consommation téléphonique que l'on obtient pour ces quatre groupes de ménages restent globalement fondées lorsque l'on raisonne à taille constante. Si les disparités de consommation entre famille à mono-actif et famille à double actif sont légèrement surévaluées du fait de la structure par taille de ces ménages, elles restent structurelles.

### 3.3 - Dispersion et inéquité

Si l'on analyse les résultats obtenus à l'aide de cette typologie (cf. tableau 2.7) on retrouve sans difficultés les principales conclusions mises en évidence par l'analyse des déterminants socio-économiques (taille, activité, nombre d'actifs, C.S.P.). Sur le plan strictement statistique, cette typologie permet d'expliquer respectivement 17 %, 16 % et 12 % de la variance des consommations téléphoniques des ménages exprimées en nombre de communications, en budget-temps et en coût hebdomadaire. Ces pourcentages sans être très élevés sont assez satisfaisants pour l'étude de phénomènes psycho-socio-économiques. Il n'est par ailleurs pas très étonnant d'expliquer de manière relativement moins satisfaisante les coûts hebdomadaires de la consommation des ménages, puisque ceux-ci dépendent en partie du nombre de communication, mais surtout de la structure spatiale des appels émis et de la durée des communications interurbaines.

A la lecture des résultats obtenus à l'aide de cette typologie une première réflexion s'impose. Les dispersions de consommation entre les différentes catégories de ménages positionnées à l'aide de critères démographiques et socio-économiques sont somme toute assez limitées : les familles de mono-actif "aisées" utilisent 2,4 fois plus souvent le téléphone que les célibataires actifs, alors que se cumulent ici des effets liés à la taille, au nombre d'enfant, et à la C.S.P.. Les dispersions sont par contre plus importantes en terme de coût hebdomadaire, puisque les premiers consacrent un budget cinq fois plus important que les seconds.

Les dispersions de consommation sont également assez faibles entre les ménages (couple-famille) "aisés" et les ménages "modestes". Les premiers utilisent plus souvent le téléphone que les seconds, mais le différentiel de consommation varie entre 20 et 50 %, pour le nombre de communications pour le budget temps, et entre 75 et 140 %, pour le coût hebdomadaire. Au regard de ces



différences de consommation peut-on parler d'inégalité économique et sociale face au téléphone ?

CATEGORIES DE MENAGE		Effec- tif %	Nombre de commun. base 100	Budget- temps base 100	coût (en F) base 100	Durée moyenne des com- mun. (mn)
10 Etudiants		8 2,7	18 86	3 h 30' 130	20,13 74	11,9
MENAGE INDIVIDU	1 Célibataires actifs	29 9,7	14,17 68	1 h 50' 66	10,48 39	7,6
	2 Célibataires inactifs	34 11,4	18,47 88	2 h 45' 100	26,06 96	8,9
MENAGE COUPLE	3 Couples retraités	39 13,1	15,64 75	1 h 50' 67	30,87 114	7
	4 Couple actif- aisé	29 9,7	19,86 95	2 h 15' 83	23,69 88	6,8
	5 Couple actif modeste	27 9,1	16,56 79	2 h 10' 81	13,52 50	8
MENAGE FAMILLE	6 Famille mono-actif "aisée"	34 11,4	33,56 161	4 h 20' 158	54,53 201	7,7
	7 Famille mono-actif "modeste"	23 7,7	22,22 106	3 h 40' 135	30,43 112	9,9
	8 Famille double actif "aisée"	29 9,7	28,52 137	3 h 20' 121	39,59 146	7
	9 Famille double actif "modeste"	46 15,4	20,22 97	2 h 30' 92	16,33 60	7,5
TOTAL		298 100	20,89 100	2 h 45' 100	27,05 100	7,8
% de variance expliquée			17	16	12	

Tableau 2.7 : Consommation téléphonique des différentes catégories de ménage

Pour répondre par l'affirmative à cette question, il faudrait nous semble-t-il démontrer sans ambiguïté que le revenu du ménage a une influence sur sa consommation téléphonique. Si l'on raisonne dans un premier temps sur le volume de communication, on peut affirmer que la consommation téléphonique ne varie pas en fonction du revenu puisque le nombre de communication hebdomadaire des ménages ayant un revenu mensuel compris entre 15 000 et 20 000 F est à peu près équivalent à celui des ménages ayant un revenu mensuel compris entre 4 000 et 6 000 F. (environ 19 communications par semaine (cf. tableau 2.8)).

En revanche, si l'on raisonne au niveau des dépenses consacrées au téléphone, il semble bien que le revenu révèle certaines disparités puisque le budget téléphonique hebdomadaire d'un ménage ayant un revenu de 15 000 à 20 000 F est près de deux fois plus élevé que celui d'un ménage disposant de 4 000 à 6 000 F (35 F pour le premier, 19 F pour le second). Il convient cependant de remarquer que la taille du ménage intervient dans ces écarts puisque les ménages à revenu élevé sont en général de taille supérieure aux ménages à revenu faible.

REVENU	moins de 2 000 F	2 000 à 4 000 F	4 000 à 6 000 F	6 000 à 8 000 F	8 000 à 10 000 F	10 000 à 15 000 F	15 000 à 20 000 F	20 000 à 25 000 F
Nombre de communications	16,25	14,84	18,61	20,06	25,13	21,08	19,27	17,6
Coût hebdo- madaire	5,75	15,41	18,93	23,28	26,31	27,58	35,00	32,00
Base 100 (coût moyen)	21	57	70	86	97	101	130	119
Dépense télé- phonique en % du revenu (1)	~4	~3	2,3	1,9	1,6	1,2	1	0,8

(1) y compris taxe d'abonnement

Tableau 2.8 : Revenu et consommation téléphonique

Pour expliquer ce paradoxe entre des niveaux de consommation proches et des coûts de communication assez différenciés deux interprétations sont possibles :

- les ménages à revenu élevé émettent relativement plus que les ménages à revenu faible,
- les ménages à revenu élevé émettent plus de communications interurbaines, que les ménages à revenu faible, ou encore ont des conversations "interurbaines" plus longues.

La première interprétation ne résiste pas à l'analyse puisque les ménages "aisés" et les ménages modestes ont des structures de consommation émission-réception équivalentes. La deuxième hypothèse est par contre beaucoup plus fondée puisque la part relative des communications interurbaines émises est toujours plus importante chez les ménages aisés que chez les ménages modestes (environ 17 % contre 12 %). Par ailleurs, si la durée moyenne des communications téléphoniques des ménages les plus modestes est en générale supérieure à celle des ménages les plus favorisés, on observe le phénomène inverse en ce qui concerne le trafic interurbain émis (les communications téléphoniques des plus modestes sont en général moins longues que celles des plus aisés 8' 30" contre 9' 30"). Il y a donc à l'évidence un certain contrôle implicite ou explicite des ménages les plus modestes sur leur consommation téléphonique se traduisant par des communications interurbaines moins nombreuses et plus brèves.

S'il y a une inégalité économique sur la consommation téléphonique des ménages elle ne saurait donc porter que sur les communications interurbaines soit sur 15 % du trafic émis. Cette inégalité de consommation est donc toute relative sauf à conclure qu'à volume de communication identique, les plus aisés arbitreront en faveur de communications interurbaines et les plus modestes se limiteront aux communications urbaines. En fait il est beaucoup plus important de constater que derrière ces diverses structures spatio-temporelles de consommation téléphonique des plus aisés et des plus modestes, se profilent des structures spatiales de réseaux de relations eux-mêmes contrastés. Il semblerait en effet que les ménages les plus favorisés puissent préserver un réseau de relations familiales et amicales d'éloignement le soit à leur propre mobilité résidentielle, en général plus importante, soit à la mobilité résidentielle de leurs relations. Le téléphone leur permet alors de maintenir plus facilement une proximité communicationnelle malgré l'éloignement.



En revanche, le réseau de sociabilité des plus modestes est souvent plus polarisé autour de leur résidence. Ce phénomène est sans doute le résultat de leur moindre mobilité résidentielle, mais aussi de leur plus grande difficulté financière à gérer, à préserver, à maintenir des relations d'éloignement. Ce ne sont pour l'instant que des hypothèses qu'il conviendra de vérifier lors de l'analyse des réseaux de relations téléphoniques des ménages.

On comprend toute l'importance de ce problème lorsque l'on sait par ailleurs que la consommation téléphonique d'un ménage ayant un revenu entre 4 000 et 6 000 F représente environ 2,3 % de son revenu alors qu'elle ne représente que 1 % du revenu d'un ménage ayant un budget mensuel ayant entre 15 000 et 20 000 F. L'inégalité sociale liée à la consommation téléphonique, comme pour tant d'autres biens, vient du fait qu'en dépensant près de deux fois moins d'argent un ménage modeste consacre au téléphone, une part de son revenu deux fois plus importante qu'un ménage aisé (cf. tableau 2.8). Ainsi, si les dispersions de consommation sont relativement faibles, il conviendra de ne pas oublier que la banalisation du téléphone se traduit très concrètement par une ponction budgétaire non négligeable sur le revenu des plus défavorisés et une portion tout à fait indolore chez les ménages les plus aisés. On vérifiera ainsi, lors de l'analyse des niveaux de consommation téléphonique des individus, que le téléphone possède, à bien des égards, les attributs d'un bien de consommation de première nécessité pour lequel l'élasticité de la demande au revenu est assez faible. Le temps du téléphone comme objet de consommation de luxe est bel et bien terminé.

Au terme de cette analyse des niveaux de consommation téléphonique des ménages, trois idées méritent d'être rappelées :

- les consommations téléphoniques des ménages sont assez dispersées dans l'absolu (le 1/4 des ménages réalisent plus de la moitié du trafic téléphonique domestique) ;
- cependant les caractéristiques socio-économiques des ménages ne permettent d'expliquer qu'une partie assez limitée de ces dispersions de consommation ; cela signifie soit que l'usage du téléphone est assez bien réparti dans notre société, soit que le ménage n'est pas une structure adéquate pour révéler des disparités de consommation téléphonique interprétables, soit encore que les principales variables utilisées pour expliquer ces dispersions ne sont pas pertinentes pour analyser l'usage du téléphone domestique ;
- enfin, si les niveaux de consommation téléphonique des différentes catégories (socio-économiques) de ménages sont assez peu différenciés, il convient de garder à l'esprit que le téléphone coûte cher pour les ménages à faible revenu, la relative équité de consommation téléphonique se traduisant alors par une inéquité budgétaire.

Il s'agit là bien entendu de conclusions provisoires qui mériteraient d'être développées par la suite. L'analyse de la consommation téléphonique des ménages doit être maintenant complétée par une évaluation de leurs structures de consommation, par une approche plus qualitative de leurs pratiques téléphoniques.



### III - LA STRUCTURE DES PRATIQUES TELEPHONIQUES DES MENAGES

La structure de la consommation téléphonique des ménages peut être caractérisée et analysée selon la nature des correspondants contactés et le contenu des communications téléphoniques. Nous ferons ici l'impasse sur la morphologie physique du trafic des ménages (émission-réception, heure, durée, zone) qui n'apporte pas d'informations très enrichissantes à l'analyse (7).

Pour conclure cette étude structurelle des pratiques téléphoniques des ménages, plusieurs choix méthodologiques méritent d'être précisés :

- aucune distinction problématique entre les communications émises et les communications reçues n'a été posée à ce niveau ; on considérera que la consommation téléphonique d'un ménage regroupe ces deux types de communication (8) ; la seule distinction introduite sera d'ordre technique dans la mesure où la définition du motif d'une communication émise est mieux maîtrisée par les enquêtés ;
- l'analyse portera principalement sur les ménages de deux personnes et plus ; les célibataires sont des ménages-individu, nous les considérerons plutôt comme des individus-ménage et analyserons leurs pratiques téléphoniques lors de l'étude des comportements des individus ;
- le repérage de structures de consommation téléphonique s'effectuera à partir de la typologie des ménages proposée, qui permet de rendre compte des effets croisés liés à la taille au nombre d'actif et à la position sociale du ménage ;
- enfin, les structures de consommation étudiées seront des structures relatives ; en d'autres termes, nous ne mettrons plus l'accent sur le nombre de communications téléphoniques de tel ménage avec sa famille, ses amis, ..., mais sur la part relative qu'occupe chaque type de correspondant dans la consommation téléphonique.

#### I - L'ESPACE DE RELATION TELEPHONIQUE DES MENAGES

Sans anticiper sur l'analyse approfondie des réseaux de relation téléphonique des ménages, il est intéressant de caractériser leur consommation téléphonique selon les types de correspondants contactés. Pour une approche très synthétique nous distinguerons trois catégories de correspondant :

- la famille, y compris les membres du ménage ;
- les amis et assimilés (copains des enfants, simples relations, voisins) ;
- les correspondants fonctionnels (relations professionnelles, administration, commerçant, membre d'une même association, ...).

L'analyse des structures de sociabilité téléphonique des ménages peut alors être conduite autour de trois notions :

- le réseau de relation à distance, c'est-à-dire l'ensemble des différents correspondants avec lesquels le ménage se communique ;
- les fréquences de communication avec chaque type de correspondant ;
- la structure de consommation téléphonique par type de correspondant.

### 1.1 - Des réseaux de relation téléphonique partagés

Le réseau de relation téléphonique d'un ménage est en moyenne composé de 12,7 correspondants par semaine dont environ 4 membres de la famille (33 %), 5 amis ou assimilés (38 %) et 3,5 correspondants fonctionnels (29 %). Autour de ce réseau de relation standard, les ménages ne se différencient pas très nettement comme l'indique le schéma 2.6.

A l'exception des ménages de retraités, des ménages modestes composés de deux actifs et des étudiants, les structures des réseaux de relation téléphonique des ménages sont très proches. Si l'on définit la plus petite structure commune (PPSC) comme étant le noyau dur de relation téléphonique commun à l'ensemble des ménages, on peut l'évaluer à 78 %. Le réseau de relation téléphonique d'un ménage est ainsi au minimum constitué de la manière suivante : 27 % famille, 30 % amis, 21 % correspondants fonctionnels. Les spécificités relatives des réseaux de relation téléphonique des ménages portent donc sur un peu plus de 20 % de leur réseau global.

Cependant, si les spécificités des ménages sont réduites, il n'est pas sans intérêt de les préciser, car il existe à la marge des différences de sociabilité interprétables. On peut ainsi distinguer en dehors du noyau dur de relation des réseaux à coloration familiale, d'autres réseaux à coloration amicale et enfin des réseaux légèrement plus fonctionnels.

Les correspondants familiaux ont un poids supérieur à la moyenne chez les ménages inactifs (célibataires et retraités) et chez les ménages "modestes" (couple, famille). Cette importance relative de la famille vient du fait :

- d'une sous-représentation des correspondants fonctionnels chez les inactifs (rareté des relations professionnelles) et chez les ménages d'ouvriers-employés (moins engagés dans la vie professionnelle) ;
- d'une relative sous-représentation des amis ou assimilés chez les couples de retraités et chez les ménages d'ouvriers-employés.

Les réseaux de relation téléphonique à coloration amicale caractérisent les célibataires (actifs ou inactifs) et les familles mono-actives aisées. En l'absence de conjoint, les amis et assimilés prennent logiquement une place importante dans la sociabilité des femmes au foyer des ménages aisés.

Enfin, tous les ménages "aisés" (couple, mono-actif, double-actif) sont caractérisés par une légère sur-représentation des correspondants fonctionnels (relations professionnelles, entreprises, commerçants, ...). Cela indique clairement que la vie active notamment professionnelle occupe une place plus importante chez ces ménages et que l'utilisation du téléphone comme outil de gestion de la vie quotidienne du ménage y est plus répandue. Il est par ailleurs intéressant de constater que le degré de fonctionnalité du réseau de relation téléphonique d'un ménage augmente légèrement avec le nombre d'actifs. Deux interprétations complémentaires peuvent être avancées :

- les relations professionnelles occupent une place croissante en fonction du nombre d'actifs du ménage ;
- les contraintes temporelles pesant sur un ménage de deux actifs étant plus

importantes que celles d'un ménage mono-actif, la gestion à distance et en temps réel d'activités y est sans doute plus fréquente.

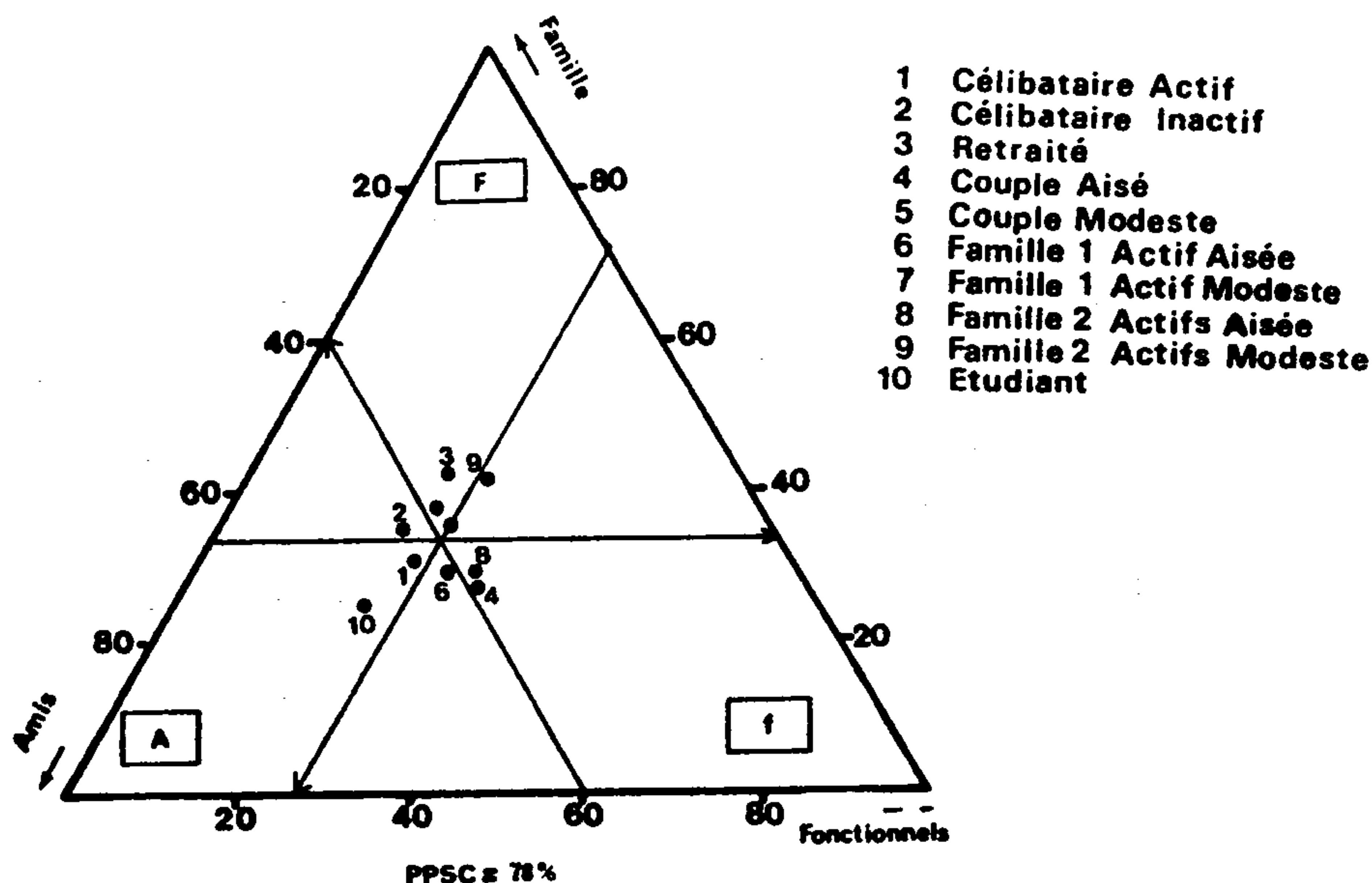


Schéma 2.6 : L'espace de relation des ménages

En résumé, il semble qu'en dehors du noyau central très important des réseaux de relation téléphonique des ménages, on retrouve assez bien les principales caractéristiques de la sociabilité des ménages, plutôt amicale chez les plus jeunes et les célibataires, plus familiales chez les ménages d'employés-ouvriers, plus fonctionnelles chez les familles de cadres et assimilés. Il serait ici intéressant de pouvoir comparer la sociabilité téléphonique des ménages à leur sociabilité globale afin d'évaluer dans quelle mesure le téléphone déforme, transforme, modifie, sélectionne les relations d'un ménage.

## 1.2 - Les fréquences de relation

La fréquence hebdomadaire moyenne de communication téléphonique d'un ménage avec un correspondant donné est de 1,64. Un ménage communique en moyenne plus fréquemment avec les membres de sa famille (2 communications par semaine et par correspondant) qu'avec ses amis ou assimilés (1,64) et qu'avec les correspondants fonctionnels (1,27). Ces valeurs moyennes masquent sans doute des disparités de fréquences de relation téléphonique importantes : entre membres de la famille et membres d'un même ménage, entre amis et simples relations (...) sur lesquelles nous aurons l'occasion de revenir.

Les disparités de fréquence de communication téléphonique entre les différents types de ménages sont encore assez faibles. Elles permettent cependant à la marge d'amplifier ou de corriger les spécificités mises en évidence lors de l'analyse des réseaux de relation téléphonique des ménages :



- les fréquences hebdomadaires moyennes de communication avec les amis sont plus importantes chez les ménages modestes (1,75) que chez les ménages aisés (1,55) ; si les ménages aisés contactent plus d'amis ou assimilés au téléphone, ils les contactent globalement moins fréquemment ;
- par contre les ménages aisés ont des fréquences hebdomadaires de communication plus élevées avec les correspondants fonctionnels.

### 1.3 - Du noyau dur aux spécificités relationnelles

Compte tenu de la relative proximité des réseaux de relation téléphonique des ménages et des fréquences de communication hebdomadaires, il est logique d'obtenir des structures de consommation téléphonique par type de correspondant assez proches. A l'exception des étudiants, tous les ménages se trouvent à proximité d'une structure normative de consommation téléphonique, se différenciant à la marge selon les mêmes caractéristiques que leurs réseaux de relation téléphonique (cf. schéma 2.7). Le noyau dur des structures de consommation (PPSC) des ménages par type de correspondant peut être évalué à 80 % : 35 % des communications sont effectuées avec la famille, 30 % avec les amis ou assimilés et 15 % avec les correspondants fonctionnels quel que soit le type de ménage considéré. Si l'on calcule ce noyau dur sur la nomenclature des correspondants la plus désagrégée, on peut estimer qu'il représente 70 % des communications des ménages ayant des enfants.

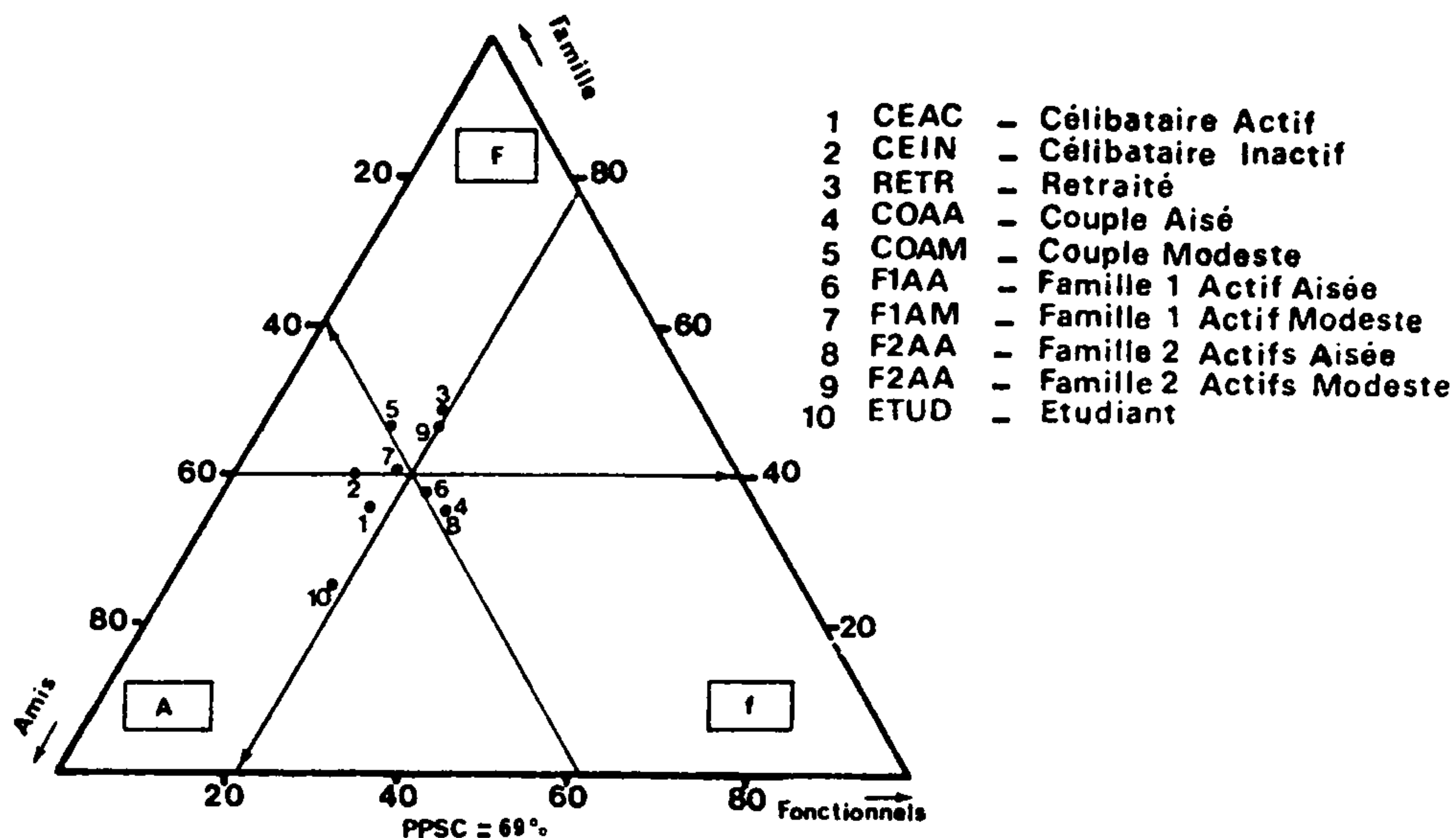


Schéma 2.7 : Structure de la consommation par correspondant

Les structures relatives de communication téléphonique par type de correspondant sont bien évidemment différentes à l'émission et à la réception puisque les ménages émettent toujours plus de communications téléphoniques vers les correspondants fonctionnels (près de 30 % du trafic émis) qu'ils n'en reçoivent (environ 15 % du trafic reçu). Au delà des particularités mises en évidence précédemment, deux précisions méritent d'être apportées concernant les communications téléphoniques avec les membres d'un même ménage et avec les

amis ou assimilés.

Les communications intra-ménages augmentent avec la taille, le nombre d'actifs, et la C.S.P. de rattachement du ménage. Ainsi, les communications intra-ménages qui représentent environ 6 % du trafic téléphonique des couples actifs, représentent plus de 8 % du trafic des familles de trois personnes ou plus. On retrouve l'idée d'une complexification croissante de la gestion d'un ménage en fonction de la taille, induisant des échanges d'information eux-mêmes croissants. Les communications intra-ménage sont par ailleurs assez directement liées au nombre d'actifs du ménage : 1 % du trafic chez les couples de retraités, 6 % du trafic chez les couples actifs, et 9 % chez les ménages à deux actifs. Enfin, les membres d'un ménage aisé se téléphonent en moyenne plus souvent que les membres d'un ménage modeste. Des différences de niveau d'accessibilité au téléphone au lieu de travail expliquent sans doute en partie ce résultat. Plus généralement, il est intéressant de constater que les ménages ayant les consommations téléphoniques les plus familiales sont également ceux où l'on retrouve le moins de communications intra-ménage (inactifs, familles modestes, ...).

Le trafic avec les amis ou assimilés regroupe en fait des situations assez diverses, selon la distribution de ces communications entre les amis des parents, les copains des enfants, les simples relations et les voisins. Si les amis ou assimilés représentent environ 38 % des communications téléphoniques des ménages actifs avec des dispersions assez faibles, celles-ci s'accroissent lorsque l'on distingue les différents types de relations amicales. En effet, alors que 17 à 18 % du trafic téléphonique des familles aisées est réalisé avec les amis des parents, ce pourcentage varie entre 10 % et 11 % chez les familles les plus modestes. Par contre, les copains des enfants représentent respectivement environ 11 % et 18 % du trafic téléphonique des familles aisées et des familles modestes. Si l'on peut en déduire que les adultes des ménages modestes ont une sociabilité téléphonique moins amicale que les ménages aisés, il ne faudrait surtout pas tenir le raisonnement inverse pour les enfants qui ont en fait des niveaux de communication avec leurs copains assez proches.

En résumé, les structures des communications téléphoniques des ménages en fonction des différents types de correspondants qu'ils ont contactés nous semblent caractérisées principalement par leur relative homogénéité. L'espace à trois dimensions (famille, amis, fonctionnels) des relations téléphoniques des ménages ne permet pas de les différencier très nettement, malgré les spécificités respectives des célibataires (amis), des inactifs (famille), des familles modestes (famille) et des ménages aisés (amis, relations professionnelles, et membres du même ménage). On peut alors se demander si les pratiques téléphoniques des différents types de ménage se distinguent plus facilement selon le contenu des communications téléphoniques.

## 2 - STRUCTURES SELON LE CONTENU DES COMMUNICATIONS

L'analyse des structures de consommation téléphonique des ménages selon les motifs de leurs communications permet de préciser leurs pratiques téléphoniques autour :



- de l'importance relative accordée à chacune des trois fonctions principales du téléphone (discussion, information, gestion) ;
- de l'affectation de l'usage du téléphone dans les trois domaines de la vie quotidienne des ménages (vie active, vie sociale, vie privée).

## 2.1 - Les structures selon les actions

La répartition structurelle des consommations téléphoniques chez les différents types de ménages autour des trois fonctions du téléphone (discussion, information, gestion) est assez homogène. A l'exception des ménages d'étudiants, et des célibataires inactifs, les structures de consommation téléphonique des ménages sont très proches (cf. schéma 2.8). Tous les ménages semblent ainsi discuter, s'informer et gérer des activités au téléphone selon une structure lourde, un noyau dur invariant. La plus petite structure commune (PPSC) peut une nouvelle fois être évaluée à près de 80 % des communications dont 20 % de discussion, 28 % d'information et 31 % de gestion d'activités. Les ménages ne se différencient donc que sur une marge représentant 20 % de leur consommation téléphonique.

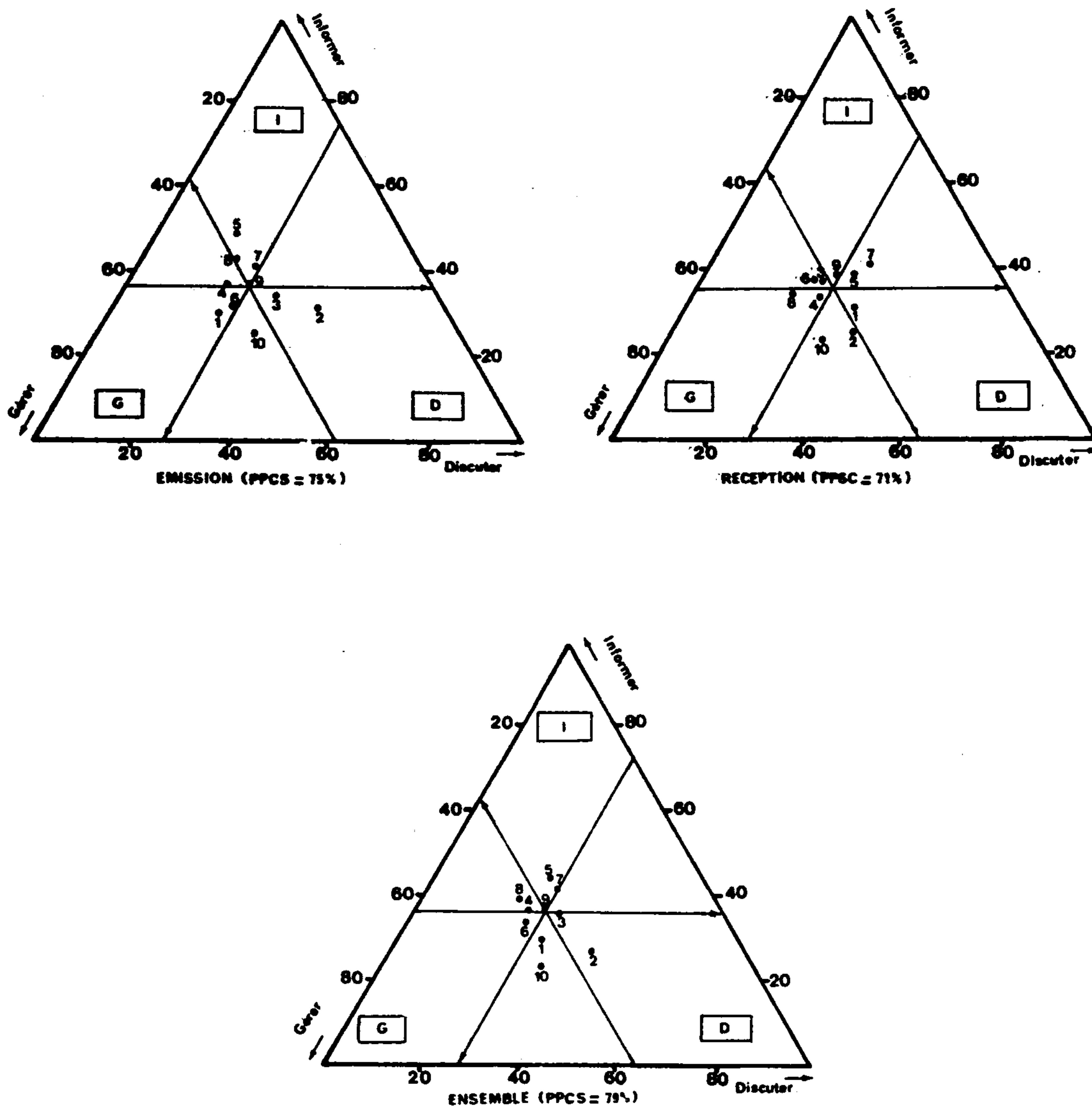
Si l'on évalue la plus petite structure de communication selon la nomenclature en 16 actions, on arrive à près de 70 % de structure commune de communication entre les différents types de ménage. Si l'on effectue un classement hiérarchique des trois principales actions engagées lors des communications téléphoniques des ménages, on retrouve toujours au premier plan l'échange de nouvelles, puis la prise ou la confirmation de rendez-vous, enfin, alternativement, s'entretenir d'un problème ou s'informer, se renseigner. Les structures de consommation téléphonique des ménages sont donc une nouvelle fois, assez lourdes, rigides, et invariantes.

Quelques spécificités marginales méritent cependant d'être signalées autour de ce tronc commun puisque l'on peut mettre en évidence des comportements téléphoniques privilégiant légèrement soit la discussion, soit la gestion d'activités.

Ce sont surtout les inactifs et les célibataires qui privilégient la conversation, la discussion téléphonique. Par exemple, les communications des célibataires inactifs, ne faisant pas partie du noyau dur commun à l'ensemble des ménages, sont toutes relatives à la discussion ou à la conversation. Cette utilisation privilégiée du téléphone comme moyen de discussion est tout à fait cohérente avec la structure assez socio-affective des réseaux de relation téléphonique des inactifs et des célibataires. L'absence d'activité professionnelle, le relatif isolement, le temps dont disposent ces ménages expliquent sans doute cet usage plus relationnel du téléphone. En ce qui concerne les autres types de ménage (couples, familles) ; la part de la discussion dans la consommation téléphonique varie selon la C.S.P. de rattachement et le nombre d'actifs. Les ménages modestes discutent relativement plus que les ménages aisés et les ménages mono-actifs discutent relativement plus que les familles à deux actifs. En fait, cette sur-représentation de la fonction discussion chez les ménages modestes et chez les mono-actifs vient principalement d'une sous-représentation de la fonction gestion d'activités chez ces mêmes ménages.



SCHEMA 2.8 Une triple fonction partagée



- 1 Célibataire Actif
- 2 Célibataire Inactif
- 3 Retraité
- 4 Couple Aisé
- 5 Couple Modeste
- 6 Famille 1 Actif Aisée
- 7 Famille 1 Actif Modeste
- 8 Famille 2 Actifs Aisée
- 9 Famille 2 Actifs Modeste
- 10 Etudiant

L'utilisation du téléphone comme outil de gestion est principalement le fait des ménages actifs aisés, chez lesquels la gestion d'activités à distance représente plus de 40 % de la consommation téléphonique. Ceci rend non seulement compte de l'importance relative de l'activité professionnelle chez ces ménages, mais aussi et en conséquence des contraintes de temps, d'urgence, qui jalonnent la vie quotidienne de ces ménages. On devrait vérifier ces spécificités relatives lors de l'analyse des domaines d'affectation du trafic téléphonique des ménages.

## 2.2 - Les structures d'affectation du trafic

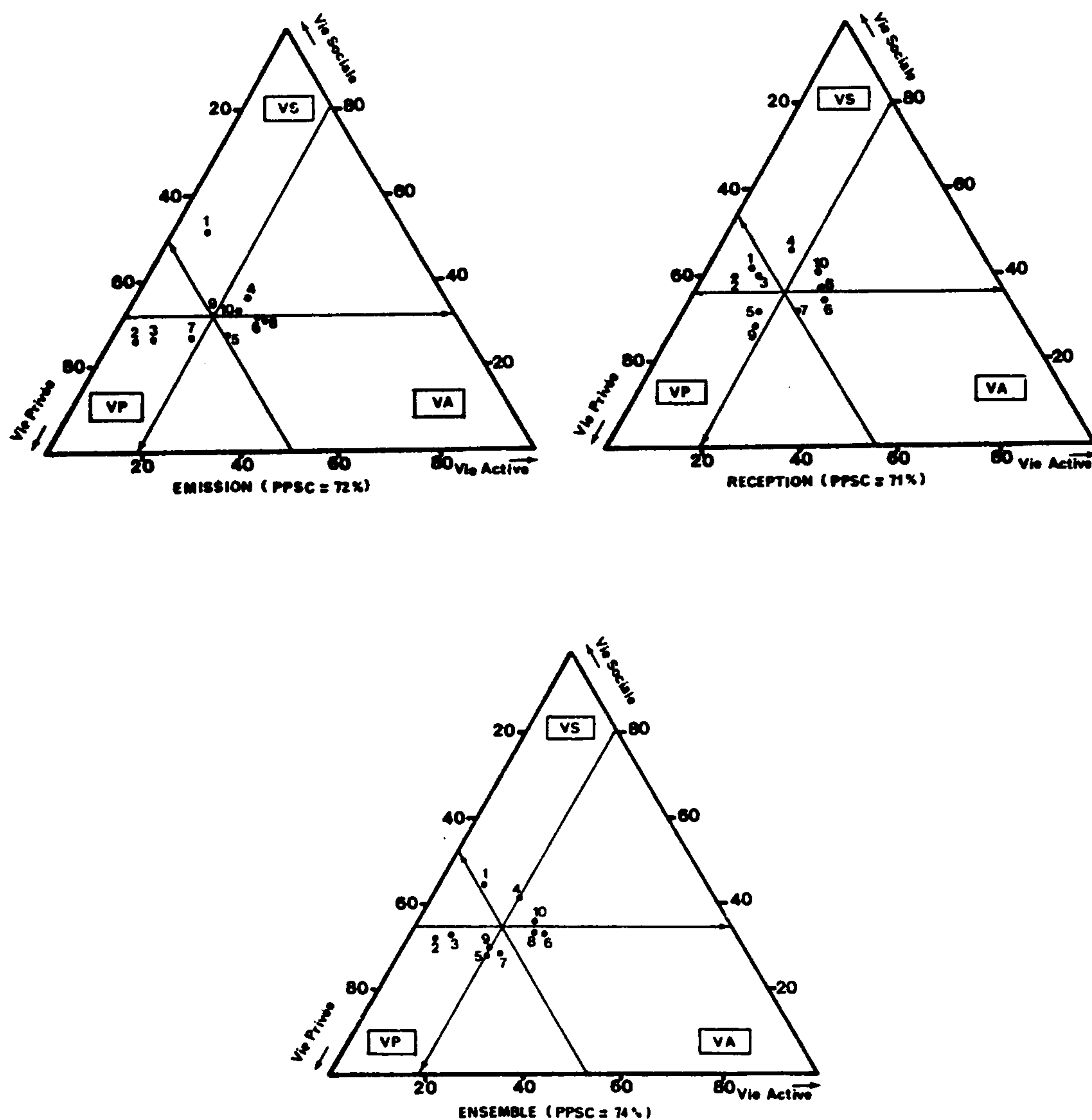
Les structures de consommation téléphonique des ménages selon les buts ou domaines de la vie quotidienne auxquels se rapportent leurs communications sont légèrement plus différenciées que leurs structures de consommation par type de correspondant contacté ou par type d'action entreprise. Certes, le noyau dur, la structure minimale commune à l'ensemble des ménages, reste élevé (74 %), mais le trafic marginal se spécialise beaucoup plus nettement entre la vie active, la vie sociale et la vie privée. On peut ainsi distinguer assez nettement trois types de ménages selon leurs structures de consommation téléphonique.

Les ménages caractérisés par une utilisation du téléphone plutôt déterminée par leur vie privée (santé, achats, problèmes personnels, gestion quotidienne du ménage) sont principalement les retraités (couples ou célibataires), et dans une moindre mesure les ménages d'ouvriers-employés. L'absence d'activité professionnelle des premiers explique le poids très faible de la vie active dans leurs pratiques téléphoniques. L'activité téléphonique des plus âgés se recentre alors autour de communications relatives à la santé, à la vie quotidienne du ménage, et aux problèmes personnels et affectifs. Leurs comportements téléphoniques sont ainsi beaucoup plus structurés par leurs problèmes personnels, qu'ils soient physiologiques, matériels ou affectifs. Le poids relativement important de la vie privée chez les ménages "modestes" traduit en fait la moindre place occupée par la vie sociale (loisirs, distractions, sorties, invitations, ...) dans leur vie quotidienne. On retrouve ici les principales conclusions des études réalisées sur la sociabilité des ménages. Il est par ailleurs intéressant de constater que les communications téléphoniques relatives à la vie sociale des ménages modestes privilégient l'invitation (sociabilité interne) aux loisirs, sorties (sociabilité externe) (8) contrairement aux ménages aisés.

Les familles de trois personnes ou plus, rattachées à des C.S.P. aisées, ont des structures de consommation téléphonique plus déterminées par leur vie active (affaires professionnelles, problèmes scolaires). Rien de très surprenant en fait, car c'est parmi ces ménages que l'on trouve les actifs les plus affairés. La place occupée par la vie sociale dans leur consommation téléphonique est proche de la moyenne, les loisirs y occupant cependant une place privilégiée, immédiatement après les affaires professionnelles.

Enfin, les célibataires actifs et les couples aisés sans enfant ont des communications téléphoniques plus orientées vers la vie sociale (43 % de leur consommation). L'âge, l'absence d'enfant, la position de ces ménages à

SCHEMA 2.9 Une triple affectation différenciée



- 1 Célibataire Actif
- 2 Célibataire Inactif
- 3 Retraité
- 4 Couple Aisé
- 5 Couple Modeste
- 6 Famille 1 Actif Aisée
- 7 Famille 1 Actif Modeste
- 8 Famille 2 Actifs Aisée
- 9 Famille 2 Actifs Modeste
- 10 Etudiant



l'égard des cycles de vie expliquent leur plus grande propension à utiliser leur téléphone afin de préparer, d'organiser ou de discuter de leurs loisirs. On retrouve ici la sociabilité principalement externe des célibataires actifs et des couples sans enfant.

### 2.3 - De la typologie des motifs à la typologie des ménages

Rappelons qu'un motif de communication peut être défini à l'aide d'une action ou fonction, (discussion-information-gestion), et d'un but ou domaine de la vie quotidienne, (vie active-vie privée-vie sociale). La comparaison des structures de communication des ménages selon les différents types de motif de communication donne des résultats synthétiques assez intéressants.

La représentation graphique des structures de consommation des ménages selon les motifs de communication a été obtenue par une analyse factorielle des correspondances entre typologie des ménages et typologie des motifs (cf. schéma 2.10) (10). L'axe horizontal permet de distinguer et d'opposer la vie active et la vie privée au niveau des motifs, les familles aisées et les célibataires inactifs pour les ménages. L'axe vertical permet de distinguer la vie sociale des autres domaines de la vie quotidienne (vie active, vie privée) pour les motifs, les célibataires actifs et les familles modestes pour les ménages. En d'autres termes, l'axe horizontale oppose actifs à inactifs, vie active à vie privée, l'axe verticale oppose jeunes ménages à familles modestes, loisirs-sorties aux autres activités plus contraintes de la vie quotidienne (travail, achats, école, santé...).

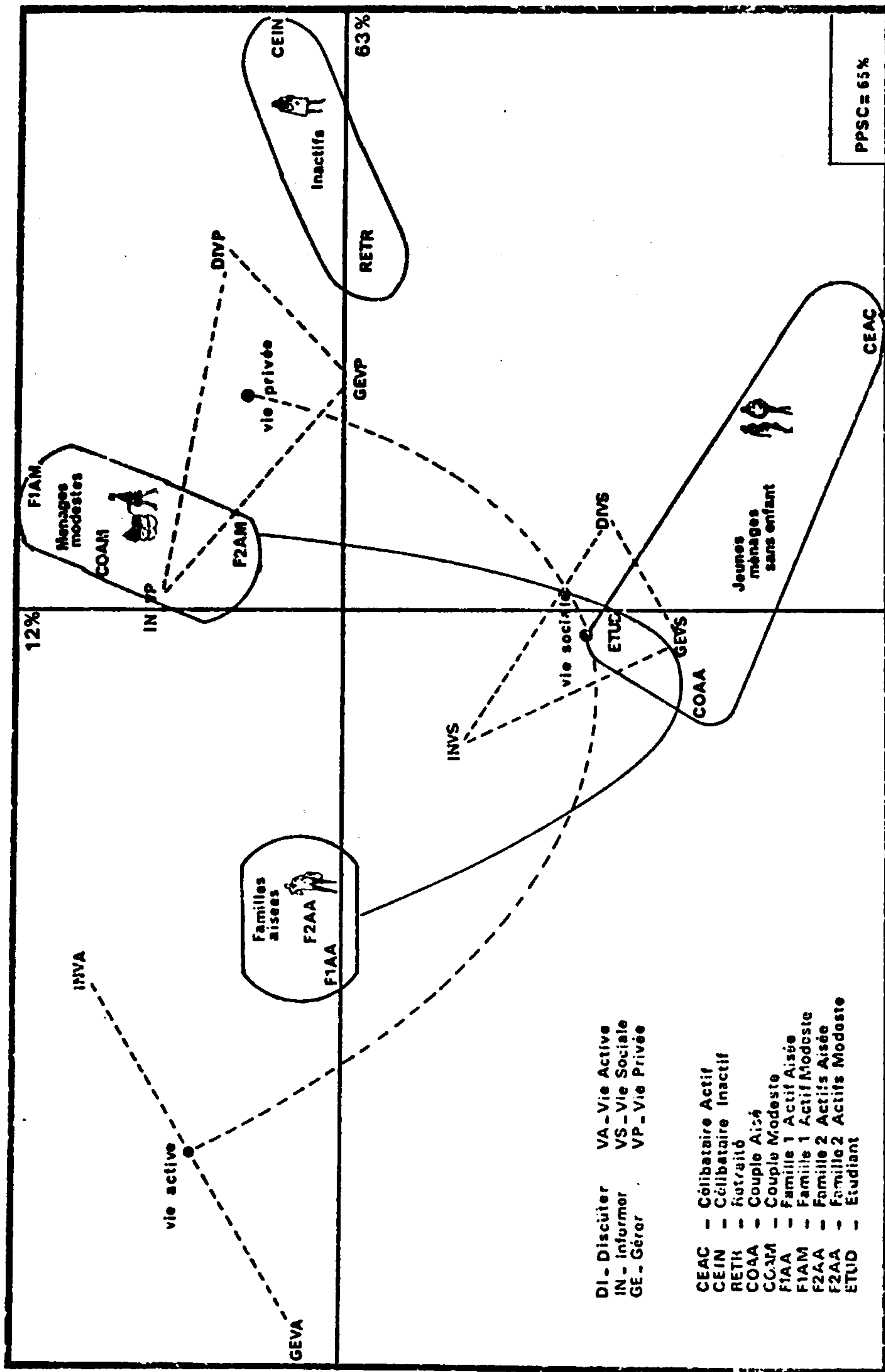
La lecture de ce schéma peut s'organiser autour de deux courbes :

- une courbe en "u" des motifs allant des communications rattachées à la vie active aux communications relatives à la vie privée en passant par la vie sociale ;
- une courbe en "v" des ménages actifs allant des familles aisées à deux actifs aux familles modestes à un actif en passant par les couples aisés.

On peut alors distinguer assez nettement quatre groupes de ménage aux structures de consommation téléphonique assez différenciées :

- les familles aisées dont les motifs de communication sont les plus orientés vers la gestion de la vie active (26 % de leur trafic téléphonique) et qui se différencient assez peu selon le nombre d'actifs ; ce sont ces ménages qui ont l'utilisation du téléphone la plus diversifiée (26 % vie active, 34 % vie sociale, 40 % vie privée) ;
- les jeunes ménages (étudiants, couples aisés sans enfant, célibataires actifs) qui sont caractérisés par des communications téléphoniques principalement déterminées par leur vie sociale (loisirs, distractions, sorties, invitations) qui représentent 40 % de leur consommation téléphonique ; comme les familles aisées, les jeunes ménages utilisent plus fréquemment leur téléphone pour gérer des activités que les autres ménages ;
- les ménages modestes (1 actif, 2 actifs, famille et couple) qui ont des prati-

SCHEMA 2.10 Typologie des ménages et motifs de communication



ques téléphoniques plus orientées vers la vie privée, la discussion et l'échange d'information ; cependant, la vie active reste encore très présente dans le trafic téléphonique de ces ménages ; la communication téléphonique comme activité en tant que telle (69 %) est plus importante que la gestion d'activités à distance (31 %) ;

- les ménages d'inactifs âgés (couples de retraités, célibataires inactifs) chez lesquels la vie privée représente plus de 60 % du trafic téléphonique et qui privilégient assez nettement la discussion téléphonique par rapport à l'échange d'information et à la gestion d'activités par téléphone.

Ces spécificités restent relatives car la plus petite structure commune de consommation téléphonique des ménages selon les motifs de communication est assez élevée (65 %). Néanmoins, l'influence des variables liées à l'activité, à la position sociale, à la présence d'enfants et indirectement, au cycle de vie du ménage, apparaît clairement. Les structures de consommation selon les motifs de communication sont relativement corrélées aux structures de consommation selon les correspondants. Par exemple, les pratiques téléphoniques plutôt familiales sont également le reflet des comportements des ménages dont l'usage du téléphone s'articule principalement autour de la discussion et de l'information relatives à la vie privée. Par exemple, les ménages qui ont une plus forte propension à communiquer avec des correspondants fonctionnels sont aussi ceux qui privilégient relativement plus la gestion d'activités à distance.

Cependant, les structures par motif permettent de préciser les pratiques téléphoniques de certaines catégories de ménages assez proches en terme de structure par correspondant. Ainsi les célibataires actifs et inactifs qui ont une propension à communiquer avec les amis supérieure à la moyenne se différencient assez nettement en terme de motif : les premiers contactent leurs amis pour des loisirs, des sorties, des invitations, les seconds pour discuter de problèmes personnels, de santé, .... De même, les familles aisées de deux actifs et les couples actifs aisés qui ont des structures de communication par correspondant identiques (légèrement fonctionnelles) utilisent leur téléphone pour les motifs quelques peu différents : les premiers privilégient relativement plus la gestion de leur vie active (professionnelle ou scolaire), alors que les seconds consacrent relativement plus de communications à la gestion de leur vie sociale (loisirs-sorties-visites). A cet égard, le téléphone est une image certes déformante, mais cependant intéressante des modes de vie des ménages.

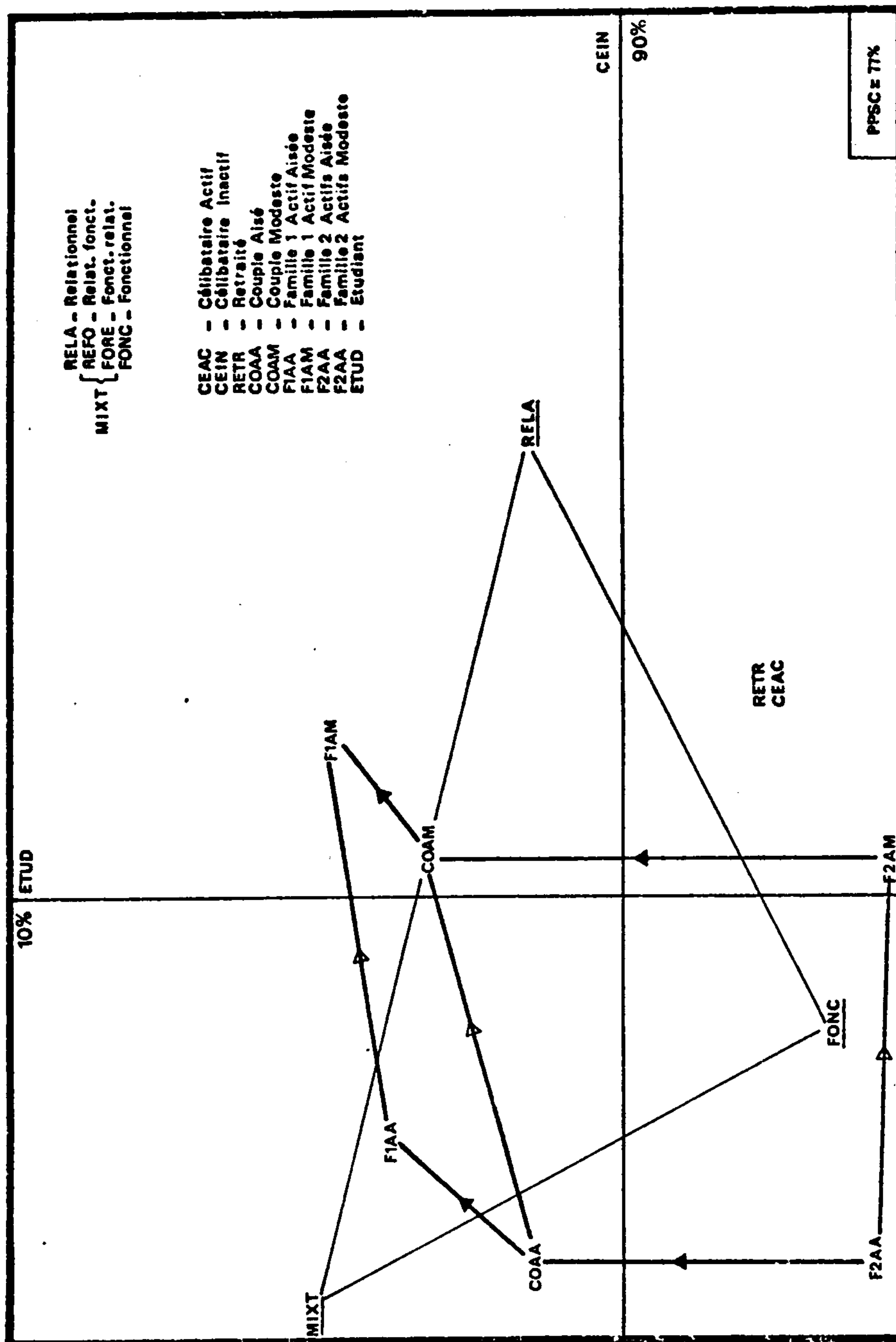
### 3 - DETERMINANTS ET PRATIQUES TELEPHONIQUES DES MENAGES

Une image synthétique des structures de consommation téléphonique des ménages, selon les types de correspondants et de motifs, peut être donnée à l'aide de la typologie du trafic téléphonique qui permet de distinguer les communications fonctionnelles, relationnelles et mixtes. On pourra ainsi qualifier les pratiques téléphoniques des ménages et évaluer dans quelle mesure elles se différencient. Cependant, avant d'examiner les principaux déterminants de pratiques téléphoniques et les différentes pratiques téléphoniques des ménages, deux remarques préliminaires s'imposent :

- à l'exception des célibataires inactifs, les communications fonctionnelles sont



SCHEMA 2.11 Les pratiques téléphoniques des ménages



relativement plus fréquentes que les communications relationnelles quels que soient les ménages ;

- la plus petite structure commune de consommation téléphonique des ménages est importante, puisqu'elle représente 77 % des communications soit, 40 % de communications fonctionnelles, 26 % de communications relationnelles et 11 % de communications mixtes.

Compte tenu de ces deux remarques, les spécificités des pratiques téléphoniques des ménages qui seront mises en évidence ne seront une fois encore que relativement marginales mais cependant significatives.

L'analyse factorielle des correspondances types de trafic - types de ménage (cf. schéma 2.11) permet de constater que les pratiques téléphoniques des ménages s'organisent autour d'un triangle dont les sommets distinguent les pratiques relationnelles, les pratiques mixtes et les pratiques fonctionnelles. Les principaux déterminants de ces pratiques sont dans l'ordre : l'activité ou l'inactivité, la ou les C.S.P. de rattachement et le nombre d'actifs.

### 3.1 - Actifs - Inactifs

Les pratiques téléphoniques des ménages d'actifs et des ménages d'inactifs sont assez différentes. Les premiers ont un trafic téléphonique plus fonctionnel que les seconds qui ont un usage plus relationnel du téléphone.

L'absence d'activité professionnelle, l'absence d'enfant chez les ménages inactifs expliquent leur utilisation moins fréquente du téléphone comme outil de gestion de leur vie quotidienne. Leur sociabilité téléphonique est plutôt amicale pour les célibataires, plutôt familiale pour les couples de retraités ; leurs communications téléphoniques avec ces correspondants sont alors plus orientées vers la discussion, l'échange de nouvelles relatives à la santé, à la vie privée. Le téléphone est alors très clairement un moyen de communication qui permet de franchir les distances qui les séparent de leur famille, de leurs amis afin de passer un moment avec eux. Ces pratiques sont aussi caractérisées par un rapport au temps et à l'espace spécifique. Le téléphone est, pour les ménages inactifs, plus un moyen de communication, leur permettant de consommer du temps (passer un moment) et de gérer (réduire) l'espace qui les sépare de leurs correspondants.

### 3.2 - La position socio-économique

La position socio-économique des ménages actifs, repérée par la C.S.P. des actifs semble induire des pratiques téléphoniques légèrement contrastées. En effet, non seulement les ménages aisés téléphonent plus que les ménages modestes, mais leurs communications sont relativement plus fonctionnelles que les ménages "modestes".



L'utilisation du téléphone comme outil de gestion de la vie active et de la vie sociale est plus fréquente chez les ménages de patrons, de cadres, de professions libérales. Les principaux correspondants sont les amis pour les loisirs, les sorties, et les correspondants fonctionnels (relations professionnelles, entreprises, ...) pour la gestion de la vie active. L'usage du téléphone est ici assez fréquemment "moderniste", on cherche à gagner du temps, à éviter des déplacements, à gérer l'urgence, ce qui ne signifie pas que l'usage plus relationnel du téléphone soit exclu. Ces ménages ont en fait une pratique téléphonique très diversifiée : ils ont parfaitement intégré le téléphone dans la gestion de leur vie quotidienne, sans doute sur la base de leur expérience professionnelle du téléphone, mais aussi du fait des contraintes de temps qui pèsent sur leur mode de vie. Le téléphone comme outil de gestion du temps et de consommation indirecte d'espace est donc très présent au côté du moyen de communication permettant de consommer du temps et de gérer de l'espace. Tout se passe comme si les ménages aisés avaient deux combinés téléphoniques : un téléphone convivial et un téléphone utilitaire.

Chez les ménages d'employés-ouvriers, l'usage du téléphone est beaucoup plus intraverti. La famille reste le correspondant privilégié, la vie privée (santé, vie affective, achats, affaires ménagères), ce thème de conversation principal, l'échange d'information, le type de communication central. Les pratiques téléphoniques semblent plus ambiguës, moins tranchées, la perception du téléphone semble plus utilitaire. Par rapport aux autres ménages, les ménages d'ouvriers-employés s'informent plus qu'ils ne discutent ou gèrent des activités au téléphone : les communications sont moins urgentes mais sont plus souvent indispensables que chez les ménages aisés. Leurs pratiques sont de toute manière moins diversifiées que celles des ménages aisés dans la mesure où la vie active et la vie sociale y occupent une moindre place. On retrouve ici la sociabilité assez interne des ménages d'employés-ouvriers, sociabilité qui s'organise autour de la famille et du foyer.

### 3.3 - Le nombre d'actifs

Les pratiques téléphoniques diffèrent également selon le nombre d'actifs du ménage. Les différences sont assez sensibles lorsque l'on compare les positions des familles à deux actifs et des familles à un seul actif dans le plan de représentation de l'analyse factorielle.

Les familles à un actif ont des pratiques de communication plus relationnelles que les familles de deux actifs. La position intermédiaire des couples actifs se comprend bien lorsque l'on sait qu'il y a en moyenne 1,6 actif chez les couples de cadres et 1,4 actif chez les couples d'employés-ouvriers.

Lorsque les deux adultes du ménage travaillent, les activités du ménage doivent être gérées et réalisées sous de fortes contraintes temporelles. Il n'est donc pas très étonnant de retrouver ces contraintes sous la forme d'une utilisation plus fonctionnelle du téléphone qui permet de gérer à distance et en temps réel des activités. Il est par ailleurs tout à fait significatif de constater que leurs communications téléphoniques, même les plus relationnelles, durent généralement moins longtemps que les communications des ménages mono-



actif (10 mn contre 13 mn).

Ainsi le téléphone est non seulement moins utilisé que dans les familles à un actif, mais de plus l'utilisation qui en est faite doit permettre de gagner le plus de temps possible tout en n'en consommant pas trop (lors de la communication téléphonique). La plupart des hommes de notre échantillon étant actifs : ceci semble indiquer que les pratiques téléphoniques des femmes actives et des femmes au foyer diffèrent sensiblement.

Signalons enfin, en guise de résumé, qu'une évaluation des effets cumulés liés à l'activité, à la position sociale, au nombre d'actifs et, d'une certaine manière, à la taille du ménage, peut être imaginée en comparant les structures des deux types de ménages aux pratiques les plus contrastées. Les célibataires inactifs ont une pratique téléphonique à dominante relationnelle (54 % de leur trafic téléphonique) très structurée autour de leur vie privée (62 %) et autour de la discussion (41 %) avec leurs amis et leur famille (85 %). A l'inverse les familles aisées à deux actifs ont une pratique plutôt fonctionnelle (62 % de leurs communications) structurée autour de leur vie active et de leur vie sociale (61 %) et autour de la gestion de leurs activités (40 %) avec leurs amis et leurs correspondants fonctionnels (72 %). A la lumière des pratiques contrastées de ces deux groupes de ménages, on peut conclure que les structures, comme les niveaux de consommation téléphonique domestique des ménages dépendront, de deux ressources elles-mêmes fonction de deux variables relatives au mode de vie :

- le temps disponible du ménage qui est en grande partie fonction du temps de travail donc de l'activité professionnelle des adultes du ménage ;
- l'espace relationnel disponible et accessible au téléphone qui est lui-même fonction de la sociabilité du ménage.

Les célibataires inactifs ont du temps, mais n'ont pas de sociabilité domestique, ils téléphonent alors relativement fréquemment, consomment du temps et cherchent ainsi à se recréer une sociabilité domestique "ubiquiste" en amenant leur correspondant chez eux.

Les membres des familles aisées de deux actifs ont relativement peu de temps disponible, mais disposent d'une sociabilité domestique quotidienne, ils gèrent alors leur temps disponible afin de vivre leur sociabilité externe professionnelle ou amicale, moins polarisée sur le domicile.

## CONCLUSION

L'analyse de l'insertion et de l'utilisation du téléphone dans la vie quotidienne des ménages permet d'avancer un certain nombre de conclusions sur le statut du téléphone comme bien économique, sur les principaux déterminants socio-économiques de son utilisation, ainsi que sur les pratiques téléphoniques des ménages.

- 1 - Le développement récent du parc téléphonique en France s'est, semble-t-il, accompagné d'une banalisation très rapide de son "acquisition" et de son image. Cette banalisation ne saurait être le seul produit d'une accessibilité améliorée et d'une démultiplication des potentialités du téléphone grâce à l'effet réseau. En dix ans, le téléphone comme bien économique, comme bien de consommation durable ou bien d'équipement des ménages, a changé de statut. Le temps du téléphone, ou plus exactement du raccordement rare et cher est révolu. Le raccordement au réseau est devenu nécessaire, voire indispensable pour tout ménage n'ayant pas de velléité de marginalisation sociale. Compte tenu des représentations sociales du téléphone qui tournent autour des notions d'utilité, de nécessité, de sécurité en l'absence le plus souvent de toute représentation économique explicite de ce produit, il semble bien que le téléphone soit devenu un bien d'équipement courant de première nécessité pour les ménages.
- 2 - Dès lors que l'on glisse de l'équipement et des représentations aux pratiques téléphoniques des ménages, on vérifie que la banalisation de l'équipement ne signifie pas une banalisation de l'utilisation. La consommation téléphonique des ménages est en effet assez dispersée qu'elle soit mesurée en nombre de communications, en budget-temps ou en coût hebdomadaire.
- 3 - Cependant, si les consommations sont dispersées, les différenciations mesurées à l'aide des caractéristiques socio-économiques classiques des ménages ne sont jamais très importantes (de 1 à 2,4). Bien évidemment, ces variables permettent de repérer et d'interpréter des niveaux de consommation téléphonique différents selon les ménages. Il s'agit principalement de la taille du ménage, de l'activité ou de l'inactivité des adultes, de la C.S.P. de rattachement du ménage, du nombre d'actifs ...
- 4 - Derrière ces variables classiques qui définissent des niveaux de consommation téléphonique différents selon les ménages, on retrouve d'autres variables sous-jacentes de la plus au moins grande propension à communiquer d'un ménage, et sans doute d'un individu : le temps disponible, les ressources communicationnelles internes et externes, le nombre d'émetteurs potentiels, le degré de complexité de l'organisation du ménage (taille et structure du ménage, les formes de sociabilité, ...).
- 5 - La typologie des ménages construite autour de la taille, de l'activité, de la C.S.P. et du nombre d'actifs permet d'examiner de manière synthétique leurs pratiques téléphoniques. Que l'on examine les types de correspondants contactés, les actions engagées ou les buts recherchés, les structures de consommation des différentes catégories de ménage sont relativement stables, invariantes, dures. Les différenciations ne sont que marginales quoique le plus souvent interprétables.



- 6 - Malgré ces structures lourdes, ce noyau dur de communications communes, on peut repérer des catégories de ménages ayant des pratiques téléphoniques plutôt structurées par la famille (inactifs - C.S.P. modeste), plutôt orientées vers les amis et la vie sociale (célibataires, couples, étudiants), ou assez diversifiées (C.S.P. aisées).

En résumé, si l'observation de l'utilisation domestique du téléphone à partir de la consommation des ménages permet déjà de repérer quelques tendances, quelques déterminants, quelques interprétations, les différenciations globales et structurelles que l'on observe sur ces différentes catégories de ménages ne sont pas fondamentalement importantes. Nous revenons alors aux trois interprétations possibles de cette conclusion : soit le téléphone n'induit pas de différenciations d'utilisation très conséquentes (on va tout droit à la neutralité sociale ...), soit les déterminants utilisés pour repérer ces différences ne sont pas adaptés (on s'éloigne de la socio-économie classique ...), soit l'unité d'observation retenue (le ménage) n'est pas la plus pertinente (on se rapproche de la vérité...).



## - Notes du Chapitre II -

- (1) Néanmoins, il est très probable qu'à l'heure actuelle, le nombre de postes à touches soit supérieur dans la mesure où le combiné à cadran n'autorise pas l'accès aux nouveaux services et interdit même le recours au service du réveil pour les abonnés desservis par un central électronique.
- (2) Nombre moyen de prise par logement : 1,45.
- (3) Ulf HANNERZ "explorer la ville", Editions de Minuit.
- (4) C.S.P. aisées : patrons, professions libérales, cadres ;  
C.S.P. modestes : employés, ouvriers.
- (5) 96 % des ménages de taille 2 n'ont pas d'enfant.
- (6) Cf. Chapitre III, p.
- (7) La morphologie physique de la consommation des individus sera en revanche développée ultérieurement.
- (8) La distinction problématique émission-réception sera effectuée lors de l'étude des pratiques téléphoniques des individus.
- (9) Ces notions sont définies dans un article de M. FORSE, "La sociabilité", Economie et statistique N° 132, Avril 1981, pp. 39-48.
- (10) Une fois n'est pas coutume, les axes de représentation retenus sont les axes 1 et 3 de l'analyse factorielle. Si la représentation est légèrement moins bonne au plan de la stricte statistique (l'axe 2 reprend 18 % de l'inertie du nuage, l'axe 3, 12 %), elle nous semble plus heuristique et plus claire.

### CHAPITRE III

#### LES PRATIQUES TELEPHONIQUES DES INDIVIDUS

Si le téléphone est effectivement un bien d'équipement et de consommation des ménages, on peut supposer que les processus d'appropriation et d'utilisation de cet outil sont différents selon les individus composant chaque ménage. La réflexion sur les déterminants de la consommation téléphonique a jusqu'à présent largement privilégié l'analyse des variations de niveaux de consommation liées aux caractéristiques des ménages et plus particulièrement du chef de famille. Rien d'étonnant à cela puisque les données dont dispose la D.G.T. portent sur les consommations par ligne (donc par ménage), exprimées en nombre de taxes de base (donc en coût).

L'analyse des pratiques téléphoniques des 663 individus de plus de 13 ans enquêtés, devrait permettre d'enrichir les réflexions menées jusqu'alors. La pratique téléphonique d'un individu doit être appréhendée à l'aide de deux approches :

- une approche quantitative afin de caractériser son niveau, son volume de consommation téléphonique (Section I) ;
- une approche qualitative permettant d'en repérer et d'en identifier les structures relatives, les caractéristiques de consommation (Section II).

L'objectif recherché est de mettre à jour les principaux types de pratiques téléphoniques et de rattacher ces pratiques à des groupes d'individus spécifiques.

## I - LES NIVEAUX DE CONSOMMATION TELEHONIQUE

Dans un premier temps, on peut se contenter de caractériser la consommation téléphonique d'un individu par des indicateurs de volume en négligeant provisoirement la structure de cette consommation. Trois indicateurs de consommation seront à nouveau retenus : le nombre de communications, le budget-temps et le coût hebdomadaire. Parmi ces trois indicateurs, nous utiliserons le plus fréquemment le premier dans la mesure où :

- d'une part, le nombre de communications est, contrairement aux deux autres, relativement indépendant de la structure de la consommation (émission, zone, correspondant, ...)
- d'autre part, l'étude des pratiques communicationnelles des individus, amène logiquement à privilégier la communication au coût comme unité de consommation.

Cela dit, il n'est pas inutile parfois de compléter le nombre de communications téléphoniques d'un individu, par le budget-temps et le coût correspondants.

La méthode retenue pour analyser les niveaux de consommation téléphonique des individus s'appuie sur une technique et une démarche. La technique utilisée est l'analyse de variance qui permet de repérer, au niveau statistique, la contribution (variance expliquée) d'une variable dite explicative (par exemple le sexe) à l'interprétation des dispersions (variance totale) de comportement des différents individus d'une population au regard d'une variable à "expliquer" (par exemple le nombre de communications) (I). La démarche consiste alors à appliquer cette technique sur des variables socio-économiques élémentaires (II), afin de construire, à l'aide des variables les plus significatives, une typologie d'individus pertinente (III). Il convient cependant, en premier lieu, de statuer sur le degré de dispersion des consommations téléphoniques des individus (I).

### 1 - UNE CONSOMMATION DISPERSEE

La consommation téléphonique moyenne par individu peut être caractérisée à l'aide des trois indicateurs suivants :

- 9,4 communications par semaine soit environ 1,33 communication par jour;
- 1 h 1/4 passé au "bout du fil" chaque semaine soit plus de 10 mn par jour;
- 12,30 F par semaine consacrés au téléphone, soit environ 1,75 F par jour.

La consommation téléphonique des individus reste donc, en moyenne, assez limitée. Cependant ces valeurs moyennes masquent des disparités très importantes qui semblent indiquer qu'il y a des "branchés" et des "exclus" du téléphone :



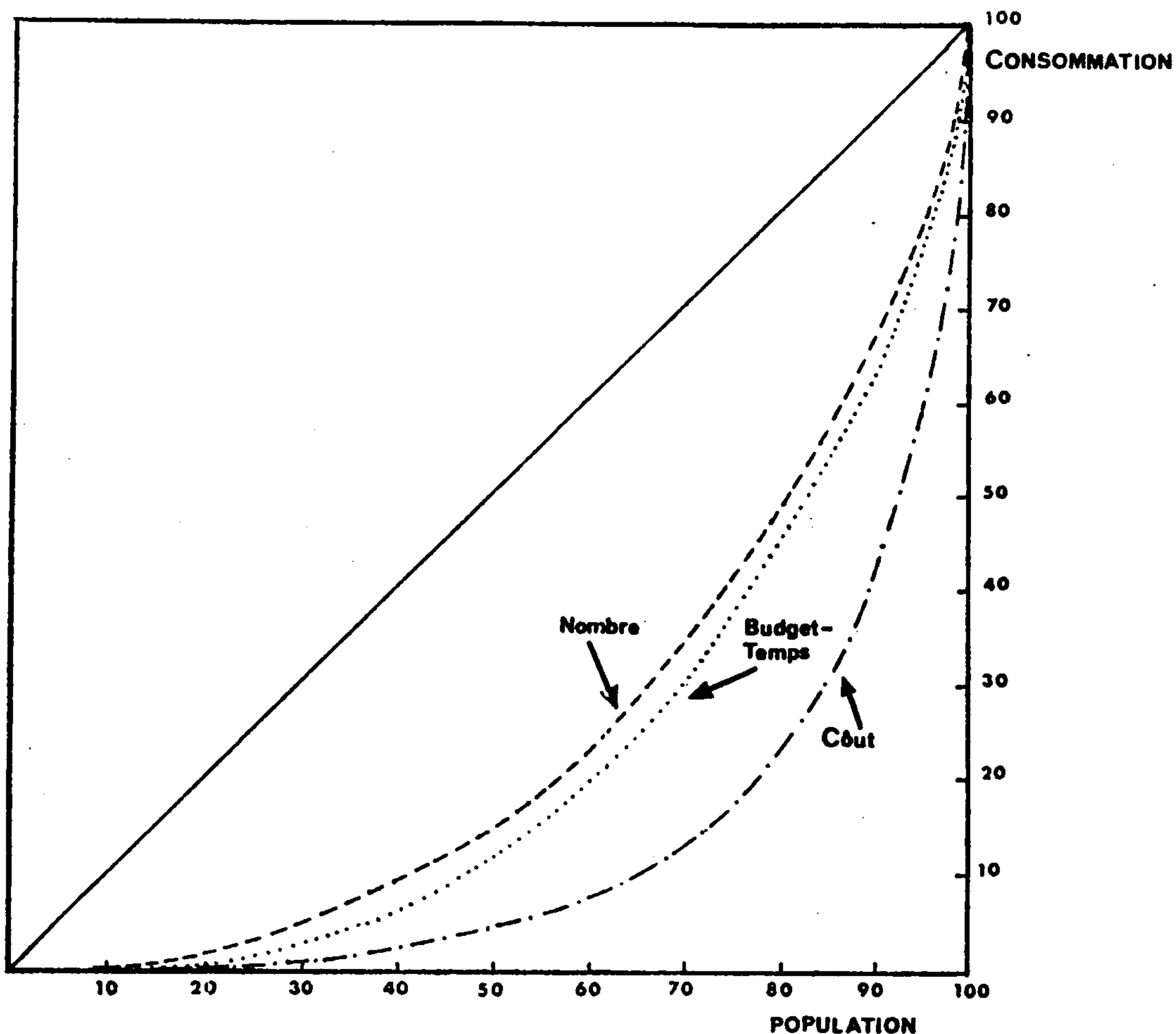


Schéma 3.1 : Courbes de concentration de la consommation téléphonique

- ainsi, alors que 59 personnes (9 % de la population) n'ont pas décroché leur combiné de la semaine 37 personnes le décrochaient au moins 4 fois pour discuter pendant plus de 35 mn chaque jour ;
- de même, si 125 individus (19 % de la population) n'ont pas dépensé un seul centime pour le téléphone durant la semaine, 30 personnes (4,5 % de la population) y ont consacré plus de 10 F par jour.

Pour rendre compte de cette dispersion, nous avons tracé les courbes de concentration de la consommation téléphonique des individus selon le nombre de communications, le temps passé et le budget consacré chaque semaine (cf. schéma 3.1) :

- 50 % des communications téléphoniques sont passées par 17 % des individus et 50 % des individus ne passent que 15 % des communications téléphoniques;
- de même la moitié du temps passé au téléphone l'est par 16 % de la population alors que 50 % des individus ne consomment que 9 % du budget temps téléphonique total;
- enfin, 50 % des dépenses affectées au téléphone sont le fait de 8 % des individus alors que 50 % des individus ne participent que pour 5 % au budget téléphonique total.

Ces ratios montrent bien la dispersion très importante des pratiques téléphoniques des individus, qui, par ailleurs, croît, lorsque l'on passe du nombre de communications, au budget temps et au coût.

Si la consommation téléphonique quotidienne des individus est en moyenne modérée, elle n'est en revanche pas indifférenciée. Il convient donc d'en rechercher les déterminants.

## **2 - UNE CONSOMMATION DIFFERENCIEE**

La recherche des déterminants de la consommation téléphonique des individus passe dans un premier temps par une approche systématique des différentes variables socio-économiques ayant un effet identifiable (mesurable) et interprétable. Cette étude étant l'une des premières recherches sur l'utilisation domestique du téléphone, il est difficile de faire l'économie d'une présentation assez systématique des résultats obtenus.

### **2.1 - Vivre seul mais branché**

Les individus appartiennent à des ménages. L'individu et le ménage peuvent être confondus : c'est le cas des célibataires vivant seuls ; l'individu peut n'être qu'un élément du ménage. En d'autres termes, la consommation téléphonique du ménage peut être la consommation téléphonique d'un individu ou la somme des consommations des individus qui le composent. La question est alors de savoir si la taille du ménage a une influence sur la consommation des individus.

La réponse est sans ambiguïtés. On peut en effet distinguer trois groupes d'individus selon la taille du ménage auquel ils appartiennent :

- les célibataires vivant seuls (68 personnes) qui téléphonent en moyenne 17 fois par semaine et passent 2 h 1/2 au bout du fil;
- les individus appartenant à des ménages de 2 à 5 personnes (562 individus) qui ont environ 9 communications téléphoniques par semaine et y consacrent un peu plus d'une heure;
- les individus faisant partie de ménage de plus de 5 personnes (33 personnes) qui décrochent leur téléphone en moyenne 5 fois par semaine pour une durée de l'ordre de 3/4 d'heure ; cette consommation relativement faible est en fait la résultante des consommations des adultes et des enfants qui téléphonent apparemment moins que leurs parents.

Bien évidemment, ces groupes d'individus ne sont pas homogènes dans la mesure où la dispersion à l'intérieur de chaque groupe est assez élevée. Il est cependant important de retenir qu'un célibataire vivant seul téléphone en moyenne 2 à 3 fois plus qu'un individu appartenant à un ménage de taille supé-



rieure ou égale à deux personnes.

Cela signifie que si la consommation téléphonique d'un ménage est pour partie la somme des consommations des individus qui le composent, la consommation téléphonique des individus est pour partie le reflet de la division du trafic téléphonique à l'intérieur du ménage, le reflet du rôle de l'individu dans le ménage. Il y a indubitablement une consommation téléphonique-ménage qui pourrait être prise en charge indifféremment par n'importe lequel de ses membres. Le fait que ce trafic soit, ou non, assuré toujours par la même personne devrait nous renseigner sur la division des tâches à l'intérieur du ménage.

Compte tenu de ces réflexions, plusieurs interprétations complémentaires peuvent être avancées en ce qui concerne la consommation téléphonique élevée des célibataires vivant seuls:

- ils assument seuls ce qu'il est convenu d'appeler le trafic ménage ou en d'autres termes les relations avec la famille, les amis, la gestion de la vie quotidienne du ménage, ...
- à ce titre, ils ont une consommation assez proche des individus qui assument le rôle de standardiste à l'intérieur de leur ménage ;
- enfin, le téléphone est sans doute pour les célibataires vivant seuls, l'un des moyens leur permettant de combler en partie l'absence assez fréquente de potentialités de relations au domicile ; autrement dit, le téléphone compense en partie l'absence de relations intra-ménage : ce n'est pas un hasard si la durée moyenne de leurs communications est supérieure à la durée moyenne des communications .

La consommation téléphonique relativement élevée des personnes vivant seules est d'autant plus significative que bien que cette population soit féminine à plus de 70 %, les résultats obtenus sont identiques qu'ils s'agissent des hommes ou des femmes vivant seuls. Le sexe étant un déterminant très important de la consommation téléphonique, ce résultat confirme les interprétations que nous venons de formuler. La consommation téléphonique des hommes célibataires est de 3 à 4 fois supérieure à la consommation moyenne des hommes (2). Cela signifie que le statut de célibataire vivant seul prime sur les autres caractéristiques socio-économiques des individus. En d'autres termes, avant d'être un individu la personne seule est un ménage sans potentialités de relations intra-ménage ; le célibataire est un groupe social "isolé", dont le domicile est relié au corps social par téléphone.

## 2.2 - Le téléphone au féminin

Les consommations téléphoniques des hommes et des femmes sont très différentes. Le sexe est d'ailleurs la variable socio-économique élémentaire qui segmente le mieux les consommations téléphoniques des individus. Pour ouvrir une parenthèse méthodologique, disons que le sexe (variable élémentaire) permet d'expliquer le même pourcentage de variance (environ 12 %) de la consommation téléphonique, que les macro-variables les plus sophistiquées en matière d'analyse de la mobilité des individus.



Les femmes utilisent en moyenne deux fois plus le téléphone que les hommes (cf. tableau 3.1). Par ailleurs les femmes ont un comportement à l'égard de l'utilisation du téléphone plus homogène que les hommes.

Consommation hebdomadaire	Nombre de communications	Budget - temps (mn)	Coût (en F)
Hommes	6,02	40	8,5
Femmes	12,26	104	15,5

Tableau 3.1 : Consommation téléphonique hebdomadaire par sexe

Ce résultat est d'autant plus significatif que quels que soient les statuts relatifs des hommes et des femmes, ces dernières, à l'exception des femmes scolaires, téléphonent toujours plus que les hommes. En effet, qu'elles soient actives ou inactives, étudiantes ou retraitées, avec ou sans enfant, jeunes ou âgées, les consommations téléphoniques moyennes des femmes sont supérieures aux consommations moyennes des hommes. Ainsi, à l'exception des écolières, les femmes ont systématiquement une consommation téléphonique qui descend rarement au dessous de 9 communications par semaine alors que la consommation téléphonique des hommes, à l'exception des célibataires vivant seuls, ne monte presque jamais au delà de 9 communications.

Cette utilisation quantitative très différente du téléphone par les hommes et les femmes est un résultat qui n'étonnera guère les observateurs des pratiques communicationnelles. Il y a là sans doute conjonction de deux phénomènes : une division des rôles à l'intérieur du ménage et un comportement très différencié des hommes et des femmes à l'égard du téléphone. Là encore plusieurs interprétations complémentaires peuvent être avancées :

- l'explication la plus répandue repose sur la présence au domicile plus fréquente des femmes que des hommes ; certes les femmes inactives téléphonent en moyenne plus que les femmes actives (16 communications contre 12) ; cependant les femmes actives téléphonent toujours deux fois plus que les hommes ;
- la répartition des tâches à l'intérieur du ménage semble également jouer un rôle important ; plus de 55 % des ménages ont de fait un ou une standardiste qui lorsque le téléphone sonne va systématiquement répondre ; dans plus de 80 % des cas le standardiste est une femme ;
- l'appropriation plus fréquente du téléphone par les femmes correspond sans doute aussi de manière plus fondamentale à la place souvent centrale des femmes dans la gestion, le développement, l'entretien des relations familiales et amicales ; de manière caricaturale on pourrait dire que les femmes assurent le ministère de la parole et des relations extérieures tandis que les hommes assurent le ministère de l'économie et des finances ; en d'autres termes, les femmes auraient des pratiques communicationnelles plutôt relationnelles, alors que les hommes auraient des pratiques plutôt fonctionnelles.

A travers cette différenciation par sexe de la consommation téléphonique on retrouve donc bien, la place de la femme dans la société, sa place

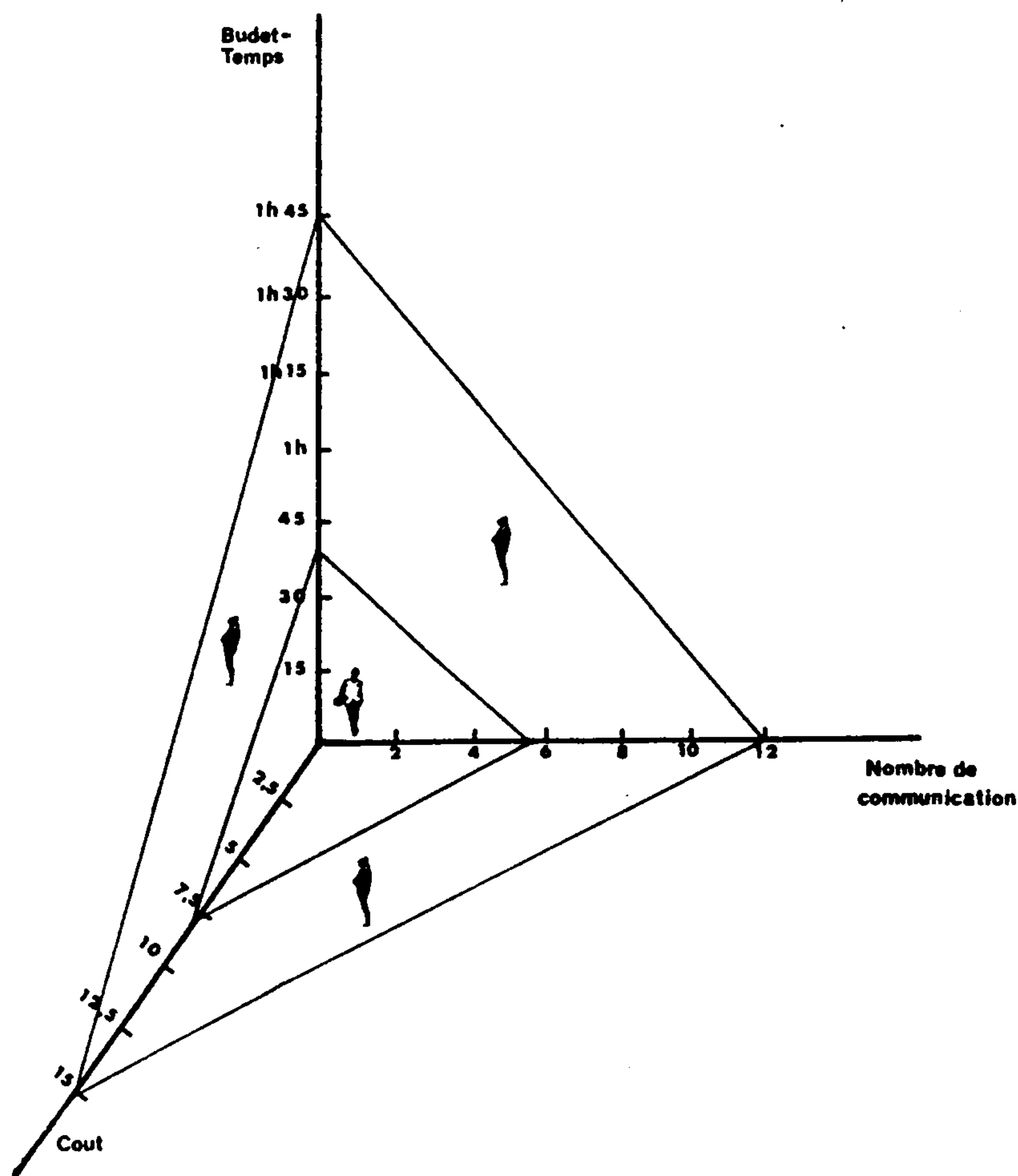


Schéma 3.2 : Les consommations selon le sexe

centrale dans la gestion de la vie quotidienne du ménage, et plus généralement deux modèles de consommation : le modèle masculin et le modèle féminin (3). Parmi les différents biens d'équipement du domicile il est intéressant de constater que le téléphone semble plus proche de la cuisinière, de la machine à laver, du réfrigérateur et de l'aspirateur, que de la télévision, du magnétoscope ou de la chaîne hi-fi. Cette position est bien évidemment ambiguë car la consommation téléphonique élevée des femmes semble tout autant l'expression d'une nouvelle contrainte ménagère qu'un moyen de s'évader provisoirement des contraintes ménagères (4).

Les différences de consommation selon le sexe sont telles qu'elles masquent très souvent les effets des autres variables socio-économiques élémentaires. A certains égards, le sexe est l'arbre qui risque de cacher la forêt. Afin de mieux maîtriser ce phénomène, nous avons alors choisi d'étudier les autres déterminants de la consommation téléphonique des individus en séparant les hommes et les femmes.

### 2.3 - Le téléphone à travers les âges

L'âge est toujours une variable démographique très difficile à interpréter car elle est très fortement reliée à des variables sociologiques plus complexes à savoir : la génération, la position dans le cycle de vie et la position sociale de l'individu. Il convient donc d'être très prudent dans l'interprétation des résultats.

Afin de s'affranchir des effets liés à la consommation élevée des personnes vivant seules qui sont pour l'essentiel des jeunes ou des personnes âgées, nous avons limité l'analyse aux 595 individus faisant partie de ménages de taille supérieure ou égale à 2. Les résultats obtenus sont présentés dans le graphique 3.3.

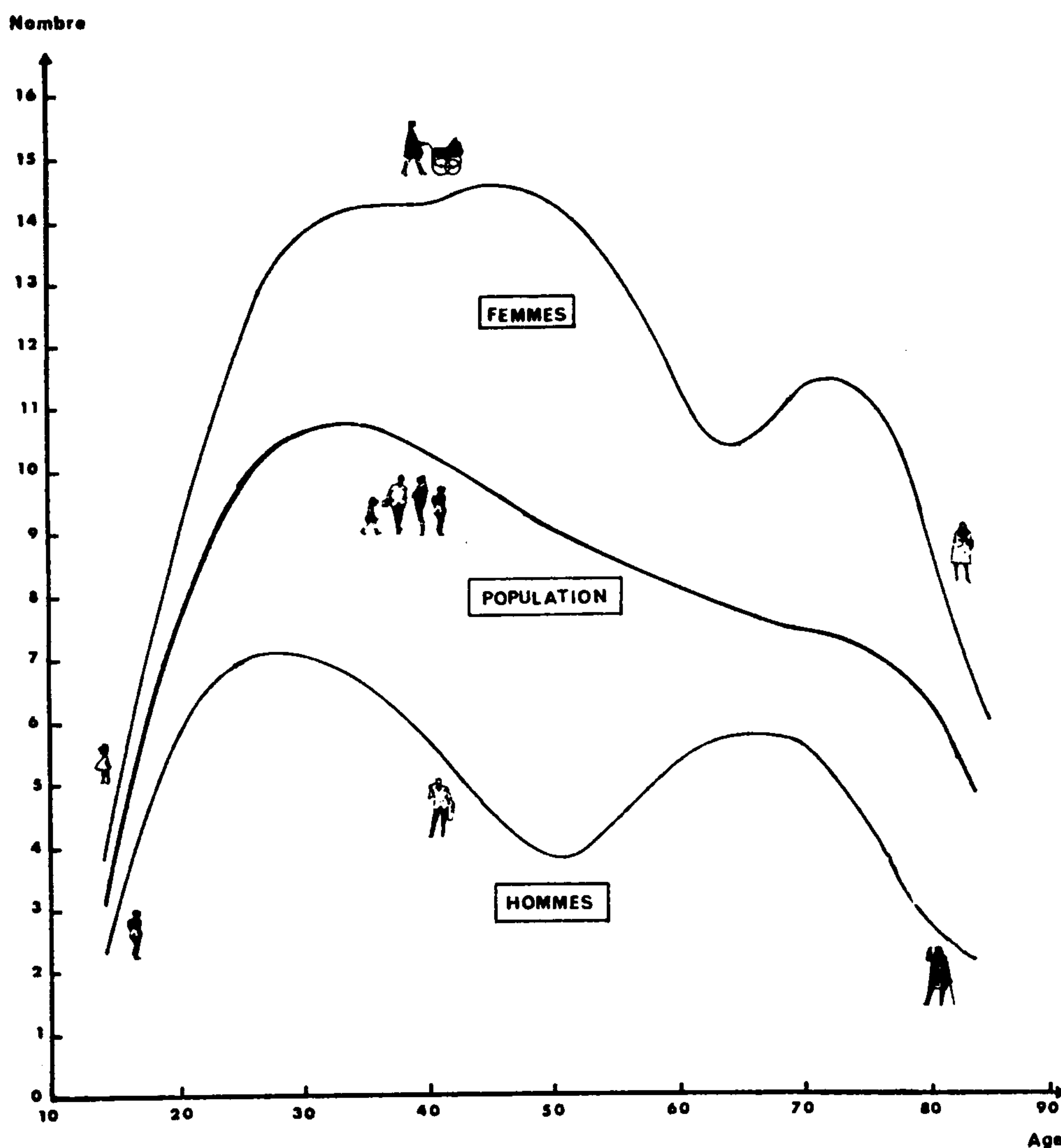


Schéma 3.3 : Evolution de la consommation en fonction de l'âge

Si l'on regarde dans un premier temps l'allure de la courbe du nombre de communications téléphoniques hebdomadaires en fonction de l'âge des indivi-



dus, deux remarques s'imposent :

- les plus jeunes (de 13 à 20 ans) et les plus âgés (+ de 70 ans) téléphonent en moyenne plutôt moins que les autres ;
- la consommation téléphonique augmente jusqu'à 35 ans puis diminue progressivement au delà (5).

Le premier résultat est très intéressant car il remet apparemment en cause quelques idées reçues sur l'utilisation du téléphone, considérée très souvent comme supérieure à la moyenne chez les adolescents et les personnes âgées. Ce résultat semble d'autant plus plausible qu'il reste tout à fait valable quel que soit le sexe de la personne concernée et que c'est chez les plus jeunes et les plus âgés que la différence entre sexe joue le moins. Sauf à légitimer le dicton populaire qui assimile le vieillissement au retour en enfance, la sous-consommation téléphonique relative de ces deux catégories mérite sans doute des interprétations différentes.

Concernant les plus jeunes plusieurs explications complémentaires peuvent être avancées :

- il faut tout d'abord remarquer qu'une partie du trafic téléphonique des plus jeunes s'effectue hors du domicile, dans des cabines publiques par exemple ; le téléphone public permet bien sûr d'échapper au contrôle familial, de préserver sa vie privée (6) ;
- cette crainte du contrôle familial a d'ailleurs pu jouer en partie et a pu induire parfois des comportements d'auto-censure dans le remplissage du carnet de bord ;
- par ailleurs le contrôle familial auprès des plus jeunes ne joue certainement pas uniquement dans le sens d'une fuite de trafic, il doit aussi conduire à une limitation du trafic téléphonique des plus jeunes ; il aurait été à cet égard intéressant d'évaluer l'accessibilité réelle des différentes personnes du ménage, au téléphone ;
- enfin, l'espace relationnel des plus jeunes se limite sans doute souvent aux divers amis, copains de classe, ....

En ce qui concerne la consommation relativement limitée des plus âgés, plusieurs hypothèses peuvent être avancées :

- les personnes âgées ne sont pas de la génération du téléphone ; le téléphone s'il est indispensable pour elles n'est sans doute pas un moyen de communication très banalisé ;
- l'accessibilité au téléphone est sans doute plus importante que l'utilisation qui peut en être faite ;
- l'espace de relation sociale des personnes âgées est potentiellement plus limité, qu'il s'agisse de la famille ou des amis ;
- l'utilisation du téléphone est peut être consciemment ou inconsciemment contrôlée car elle entraîne des dépenses.

En revanche, il semble que ce soient les 30-40 ans qui aient la consommation téléphonique moyenne la plus élevée. Ce résultat mérite aussi une double interprétation en terme de cycle de vie et de génération.

On peut en effet considérer que les 30-40 ans sont en gros de la

génération du téléphone. Celui-ci fait partie du mode de vie au même titre que la voiture, la télévision ou la machine à laver. Par ailleurs les 30-40 ans sont traditionnellement considérés comme vivant un cycle de vie particulièrement actif ; le téléphone prend alors une place importante dans la gestion de ces multiples activités (enfants en bas âge, activité professionnelle, ...).

Il est également intéressant de constater que les écarts entre la consommation téléphonique des hommes et des femmes évoluent avec l'âge : les écarts sont très faibles chez les jeunes, augmentent de manière importante entre 30 et 50 ans, puis se réduisent et se stabilisent. Ce phénomène peut faire l'objet de deux interprétations apparemment contradictoires mais en fait très complémentaires :

- les jeunes appartiennent aux générations qui ont vu se développer les mouvements de libération de la femme qui ont conduit à une certaine redéfinition des rôles entre les sexes ; si cette interprétation est bonne, elle devrait se traduire à l'avenir par une réduction des disparités de consommation téléphonique entre les hommes et les femmes ;
- par contre les individus appartenant à la classe d'âge 30-50 ans sont sans doute dans une période de leur vie où se précise progressivement la répartition des rôles entre chaque membre du ménage, entre les femmes et les hommes notamment, et ce d'autant plus qu'ils appartiennent à une génération où les rôles des uns et des autres sont assez bien normalisés et codifiés.

Nous en resterons là en ce qui concerne l'influence de l'âge sur la consommation téléphonique des individus. Nous nous sommes efforcés de développer quelques interprétations autour des effets de génération et des cycles de vie, nous aurions pu en développer d'autres autour de la notion de position sociale de l'individu, malheureusement la taille de l'échantillon ne nous le permet pas.

#### 2.4 - C.S.P. et P.T.T.

L'analyse des effets de la C.S.P. des individus sur le niveau de leur consommation téléphonique est également délicate. En effet, si nous parlions précédemment des mouvements de libération de la femme, leurs revendications sont bien entendues encore loin d'être passées dans les moeurs. Ce lieu commun est notamment très sensible dans la répartition par C.S.P. de la population active de notre échantillon (cf. Tableau 3.2).

Compte tenu de cette très forte dépendance entre sexe et C.S.P., l'analyse globale de la consommation téléphonique par C.S.P. ne fait que rendre compte une nouvelle fois de l'effet très important du sexe sur la consommation des individus. Il devient donc indispensable de traiter séparément les hommes et les femmes, afin de voir dans quelle mesure la C.S.P. joue ou non un rôle. Par ailleurs, afin de maîtriser les effets liés à la taille des ménages, nous limiterons l'analyse aux individus appartenant à des ménages de deux personnes ou plus.



	P.I.C.	C.S.	Prof. in- termédiaire	Employés	Ouvriers	TOTAL
Population active	16	73	77	97	84	347
Hommes (en %)	75	73	57	16,5	85	56
Femmes (en %)	25	27	43	83,5	15	44
	100	100	100	100	100	100

Tableau 3.2 : Répartition par sexe et C.S.P. de la population active

Si l'on ne s'intéresse dans un premier temps qu'aux seules personnes actives (cf. Schéma 3.4) plusieurs remarques peuvent être formulées :

- les dispersions de consommation sont plus importantes chez les hommes que chez les femmes ;
- les C.S.P. traditionnellement considérées comme favorisées (patrons , cadres supérieurs, cadres moyens), se servent plus fréquemment du téléphone que les C.S.P. plus modestes (employés, ouvriers) ; les patrons téléphonent deux fois plus que les ouvriers ; les femmes cadres supérieures téléphonent 1,5 fois plus que les ouvrières ;
- les dispersions de consommation à l'intérieur de chaque C.S.P. restent importantes ; en d'autres termes la C.S.P. ne donne pas des groupes d'individus très homogènes.

La C.S.P. est une variable de positionnement social des individus très imparfaite. La nouvelle grille d'affectation mise au point par l'INSEE n'y a rien changé. Elle reste cependant intéressante et indispensable faute de mieux.

La consommation téléphonique des individus n'est pas passible d'une analyse unilatérale en termes de classe sociale. Pour s'en persuader, il n'y a qu'à remarquer que les patrons de l'industrie et du commerce et les ouvrières ont des niveaux de consommation pratiquement identiques. Pour caricaturer certaines analyses, disons que la lutte des sexes passe avant la lutte des classes. Cependant, la position dans la hiérarchie professionnelle se traduit par des consommations téléphoniques différentes, à relier sans aucun doute à la position sociale de l'individu, donc à la dimension de son réseau de relations et à sa position plus ou moins centrale, ou marginale, à l'intérieur de ce réseau.

Cela nous amène à retenir deux groupes d'actifs différents au regard de leur consommation téléphonique :

- les actifs "aisés" (patrons, cadres supérieurs et cadres moyens) qui selon qu'ils sont hommes ou femmes ont une consommation téléphonique supérieure à la consommation moyenne des actifs masculins ou féminins ;
- les actifs "modestes" (ouvriers, employés) qui ont une consommation inférieure à la consommation moyenne.

Si l'on compare les consommations téléphoniques des actifs et des inactifs, on remarque que les actifs téléphonent en moyenne un peu plus que les inactifs. Cependant derrière ces moyennes se cachent des comportements



très différenciés selon les différents types d'inactifs (cf. Schéma 3.5). Par exemple les femmes inactives de moins de 60 ans ont une consommation téléphonique 4 fois supérieures à celle des scolaires (17 contre 4,6 communications par semaine). En revanche les autres femmes inactives (étudiantes, retraitées, plus de 60 ans) ont des consommations assez voisines, (environ 9 par semaine), et par ailleurs sensiblement inférieures aux femmes actives. On retrouve ici bien entendu l'effet de l'âge et des diverses interprétations que nous en donnions précédemment.

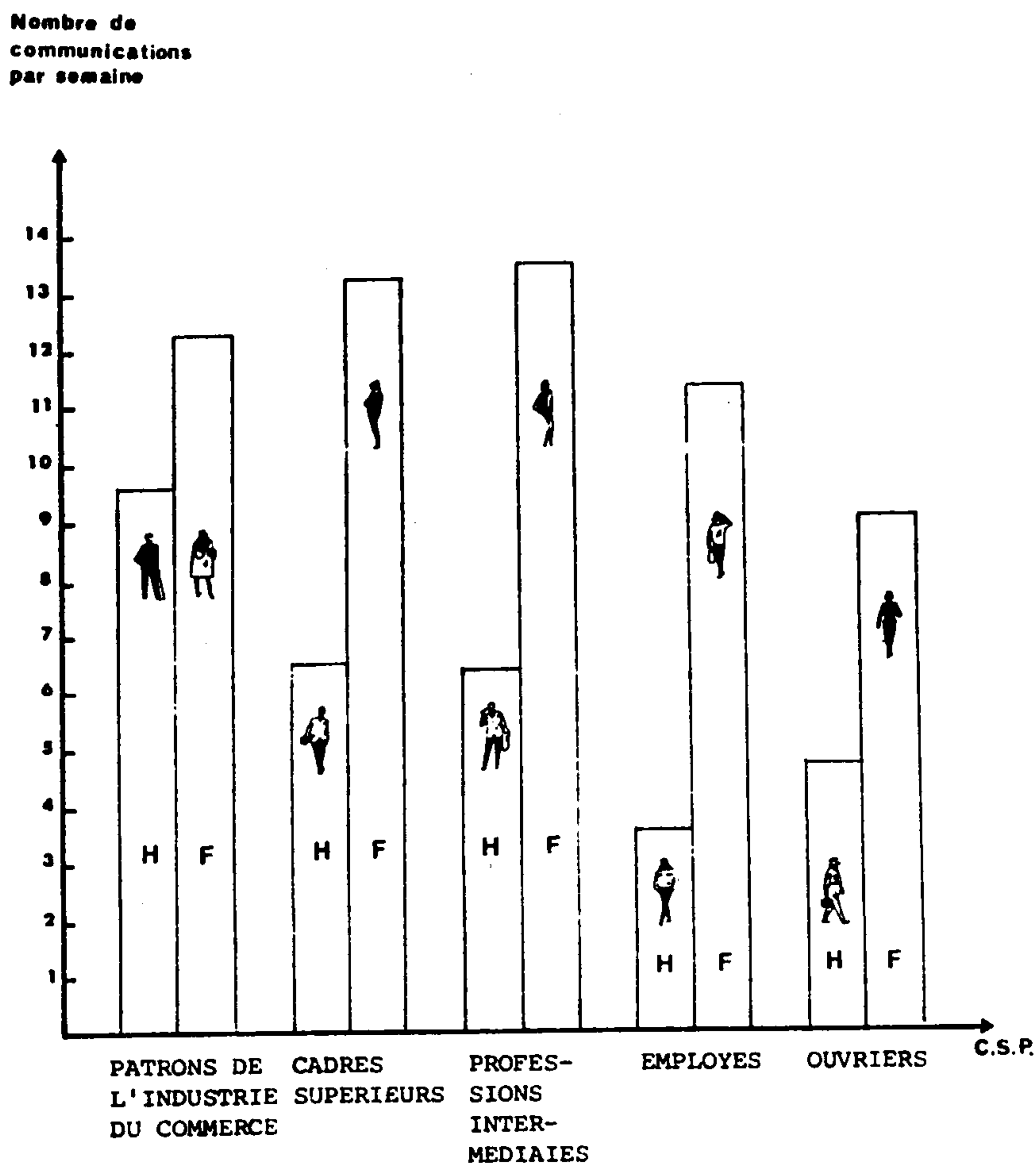


Schéma 3.4 : Les consommations selon la C.S.P. des actifs

En ce qui concerne les hommes inactifs, on retrouve à travers les scolaires la consommation relativement faible des plus jeunes. Les étudiants ont par contre des consommations assez proches des C.S.P. les plus aisées auxquelles ils appartiendront pour la plupart à la fin de leurs études. Les hommes inactifs de moins de 60 ans sont des chômeurs qui ont un usage du téléphone voisin des actifs appartenant aux C.S.P. les plus défavorisées. Enfin, avec les retraités, on retrouve l'effet de l'âge et à travers lui, les effets cumulés de génération et de position dans le cycle de vie.

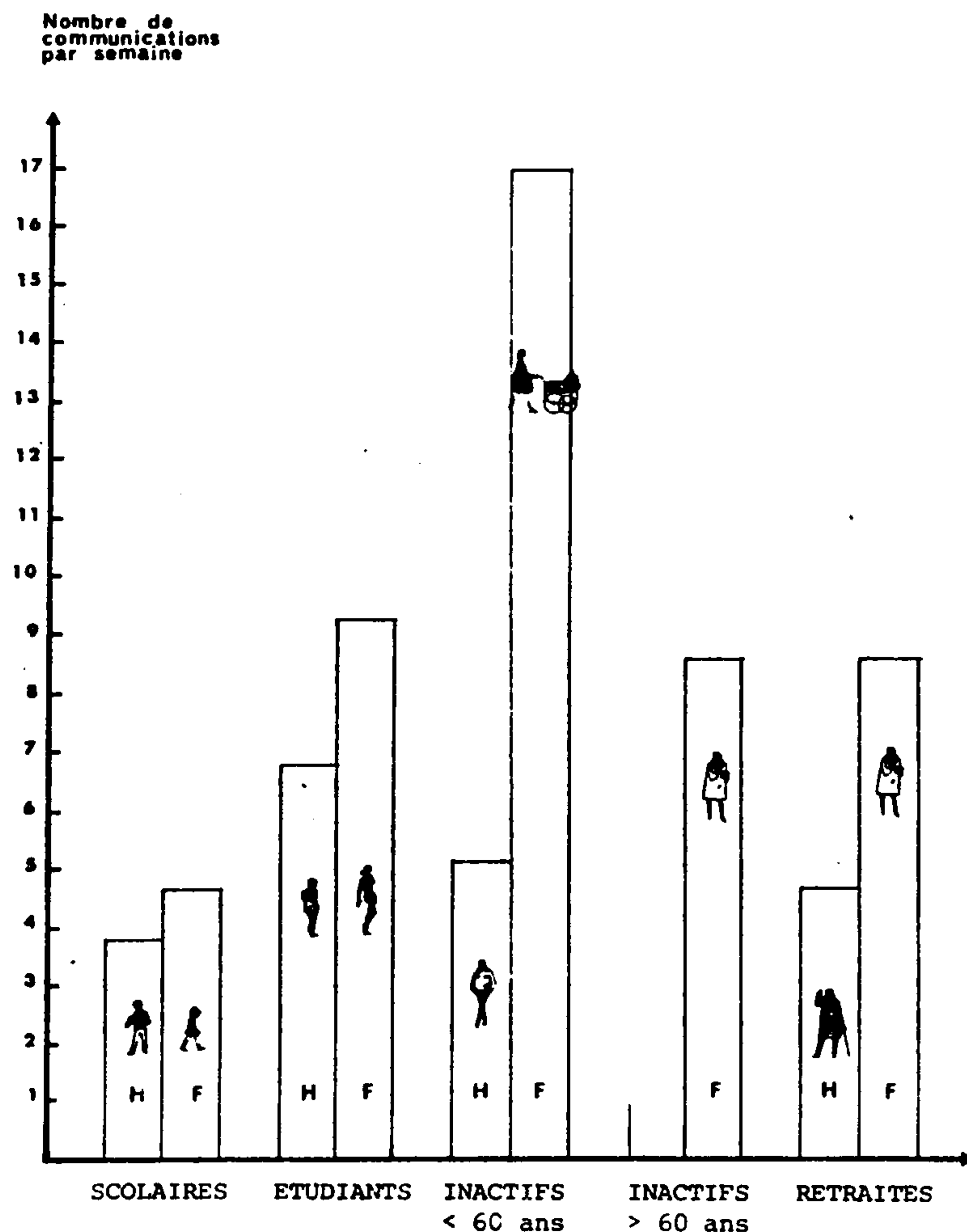


Schéma 3.5 : Les consommations des inactifs

Deux groupes d'inactifs méritent quelques commentaires supplémentaires d'information : les retraités et les femmes au foyer de moins de 60 ans. Si l'on examine la consommation des retraités hommes ou femmes en fonction de leur ancienne C.S.P. on constate les mêmes différences de comportement que chez les actifs : les anciens patrons et cadres utilisent plus fréquemment le téléphone que les anciens ouvriers ou employés. Cependant, devant le nombre relativement faible de retraités ouvriers ou employés qui passent pour la plupart en fin de carrière dans la catégorie des professions intermédiaires, il est préférable de considérer les retraités indépendamment de leur C.S.P..

Les femmes au foyer de moins de 60 ans ont une consommation téléphonique deux fois supérieure à la consommation téléphonique moyenne. Derrière cette consommation élevée, se profile cependant des disparités importantes, selon la C.S.P. de la personne de référence ou du chef de famille. En effet, selon que le chef de famille appartient aux C.S.P. les plus aisées ou les plus défavorisés, la consommation des femmes au foyer de moins de 60 ans varie de 21,3 (épouses de patrons ou cadres) à 13,7 (épouses d'employés ou d'ouvriers) communications par semaine. Ces disparités traduisent bien les différences

de position sociale de ces deux groupes de femmes au foyer qui ont par ailleurs des modes de vie très différents, donc des processus de gestion de leur vie quotidienne et de leurs relations différenciés.

Si la C.S.P. n'est pas un déterminant premier de la consommation téléphonique des individus, on s'aperçoit cependant que cette variable, rappelons-le très imparfaite, permet d'éclairer et de mettre en valeur des différences de comportement.

## 2.5 - Une consommation sans contrainte budgétaire

Le niveau de consommation d'un bien est souvent fonction du niveau de revenu disponible de l'individu ou du ménage. Il semblerait donc logique que la consommation téléphonique des individus soit également au moins en partie, fonction du revenu disponible du ménage. Bien que nous ne disposions pas pour l'ensemble des ménages du montant de leur revenu, nous connaissons cependant le revenu du ménage pour 625 individus sur 663. Enfin, bien que le revenu disponible du ménage soit avant tout une variable ménage, on peut raisonnablement penser que les comportements des individus du ménage ne sont pas indifférents aux ressources des ménages auxquels ils appartiennent.

Si donc, on regarde l'évolution de la consommation téléphonique des individus en fonction du revenu disponible du ménage, deux remarques très importantes s'imposent :

- les individus qui appartiennent à des ménages ayant moins de 4 000 F/mois de revenu disponible téléphonent en moyenne deux fois moins que les autres (cf. Tableau 3.3)
- au delà de 4 000 F/mois, les différences de consommations téléphoniques sont extrêmement faibles.

Si le premier résultat peut paraître tout à fait logique intuitivement, le second a de quoi surprendre ou, pour le moins, nous a surpris. Les individus appartenant à des ménages de revenu inférieur à 4 000 F sont en fait dans des situations relativement marginales par rapport à la répartition des revenus en France. Ce sont, soit des ménages composés d'étudiants ou de jeunes chômeurs, soit des ménages de personnes âgées ayant le minimum vieillesse. Dès lors, leur consommation téléphonique est très contrainte puisqu'elle représente déjà en l'état plus de 2,5 % de leur revenu. Si ces individus voulaient téléphoner autant que les autres, il leur faudrait consacrer plus de 4 % de leur revenu au seul téléphone !



Revenu du Ménage	HOMMES			FEMMES		
	Effectif	Nombre de communicat.	Coût (en F)	Effectif	Nombre de communicat.	Coût (en F)
N.R.	11	5,18	19,09	13	11,46	31,38
- de 2 000 F	-	-	-	-	-	-
2 000 à 4 000 F	6	3,00	8,17	8	6,38	2,88
4 000 à 8 000 F	73	6,22	8,04	68	12,84	19,60
8 000 à 15 000 F	103	6,13	8,04	104	14,10	15,54
15 000 à 25 000 F	28	4,82	10,61	30	12,63	22,03
plus de 25 000 F	4	2,25	0,75	4	13,50	32,25
TOTAL	225	5,8	18,77	227	13,09	18,37

Tableau 3.3 : Consommation des individus et revenu du ménage

En revanche, la relative inélasticité de la consommation téléphonique au revenu (7) est a priori plus surprenante (8). Malgré la relative faiblesse de notre échantillon ce résultat est extrêmement stable quelles que soient les catégories homogènes d'individus que l'on examine. Nous voyons deux explications complémentaires à ce phénomène :

- premièrement, le coût marginal d'une communication téléphonique est faible; en effet un ménage moyen qui doublerait sa consommation téléphonique moyenne passerait d'un budget téléphonique de l'ordre de 1,4 % du revenu moyen, à un budget de l'ordre de 2 % ; l'augmentation de consommation téléphonique se traduit donc par l'amputation de quelques millièmes supplémentaires du revenu du ménage (9) ;
- deuxièmement, la consommation téléphonique n'est en soi pas très élastique; cela signifie sans doute que les individus atteignent assez vite un niveau de satisfaction élevé en matière d'utilisation du téléphone ; en d'autres termes, l'abondance téléphonique ne se traduit pas forcément par une consommation élevée, mais doit être mesurée beaucoup plus par rapport à l'espace de relation de l'individu ; l'espace des relations téléphoniques des individus n'est pas infini, il semble au contraire très défini.

L'espace de relation téléphonique d'un individu étant fini, les besoins de relation étant eux-mêmes limités, le coût de mise en relation téléphonique en moyenne assez faible donc relativement indolore, il n'est finalement peut être pas très étonnant de constater, qu'en dehors des plus défavorisés, la consommation téléphonique des individus s'effectue sans lourdes contraintes budgétaires. Elle semble donc, à cet égard, assez proche de la consommation d'autres services publics domestiques tels que l'eau, l'électricité et le gaz.

## 2.6 - Téléphone et niveau d'étude

Parmi les variables élémentaires classiques de positionnement socio-économique de l'individu, il nous reste à étudier l'influence du niveau d'étude sur le volume de consommation téléphonique. Cette variable socio-culturelle est difficile à interpréter car elle est fortement corrélée à d'autres variables telles que la C.S.P., la génération de l'individu, le sexe, ... Pour essayer de neutraliser les effets croisés des autres variables nous avons regardé l'influence du niveau d'étude sur une sous-population relativement homogène constituée de l'ensemble des individus de 25 à 70 ans appartenant à des ménages de deux personnes ou plus, qui soit chef de famille ou conjoint.

Les résultats présentés dans le schéma 3.6 appellent deux remarques :

- la consommation téléphonique a tendance à augmenter en fonction du niveau d'étude ;
- les différences observées entre les individus restent malgré tout relativement faibles, à l'exception des femmes possédant un diplôme d'enseignement supérieur qui téléphonent environ trois fois plus que les femmes sans diplôme.

S'il n'est donc pas besoin d'avoir fait de brillantes études pour utiliser le téléphone, il semble malgré tout que l'utilisation qui en est faite dépendra pour partie du niveau d'étude atteint par l'individu. En effet, les différentiels de consommation restent faibles puisqu'ils sont de l'ordre de 25 % entre un individu n'ayant que le certificat d'étude et un individu ayant un diplôme d'enseignement supérieur.

Si l'utilisation du téléphone est à la portée de tous, y compris des enfants qui commencent tout juste à parler, la maîtrise de la communication téléphonique réclame une certaine maîtrise de la communication orale qui peut quant à elle varier avec le niveau d'étude. Il est intéressant de constater à cet égard que la durée moyenne des communications téléphoniques des individus sans diplôme est respectivement de 4 mn 30 s pour les hommes et de 6 mn 45 s pour les femmes, alors qu'elle est de 7 mn pour les hommes et de 9 mn pour les femmes ayant un diplôme d'enseignement supérieur.

Malgré la faiblesse de notre échantillon concernant les individus ayant réalisé des études techniques, on constate les mêmes influences du niveau d'étude sur la consommation des individus. Après avoir testé la sensibilité de la consommation téléphonique aux différentes variables socio-économiques élémentaires (taille du ménage, sexe, âge, C.S.P., revenu, niveau d'étude), nous avons étudié l'évolution de cette consommation en fonction de deux macrovariables classiques de positionnement économique et social des individus :

- l'état matrimonial de l'individu qui combine le sexe, le statut matrimonial, l'indépendance économique de l'individu et la présence ou non de personnes à charge ;
- le statut qui combine le sexe, l'activité et la présence d'enfant.

Ces deux macro-variables donnent une idée des ressources et des contraintes de l'individu dans la gestion de sa vie quotidienne, de ses relations avec les autres, et notamment de sa place à l'intérieur de son ménage.

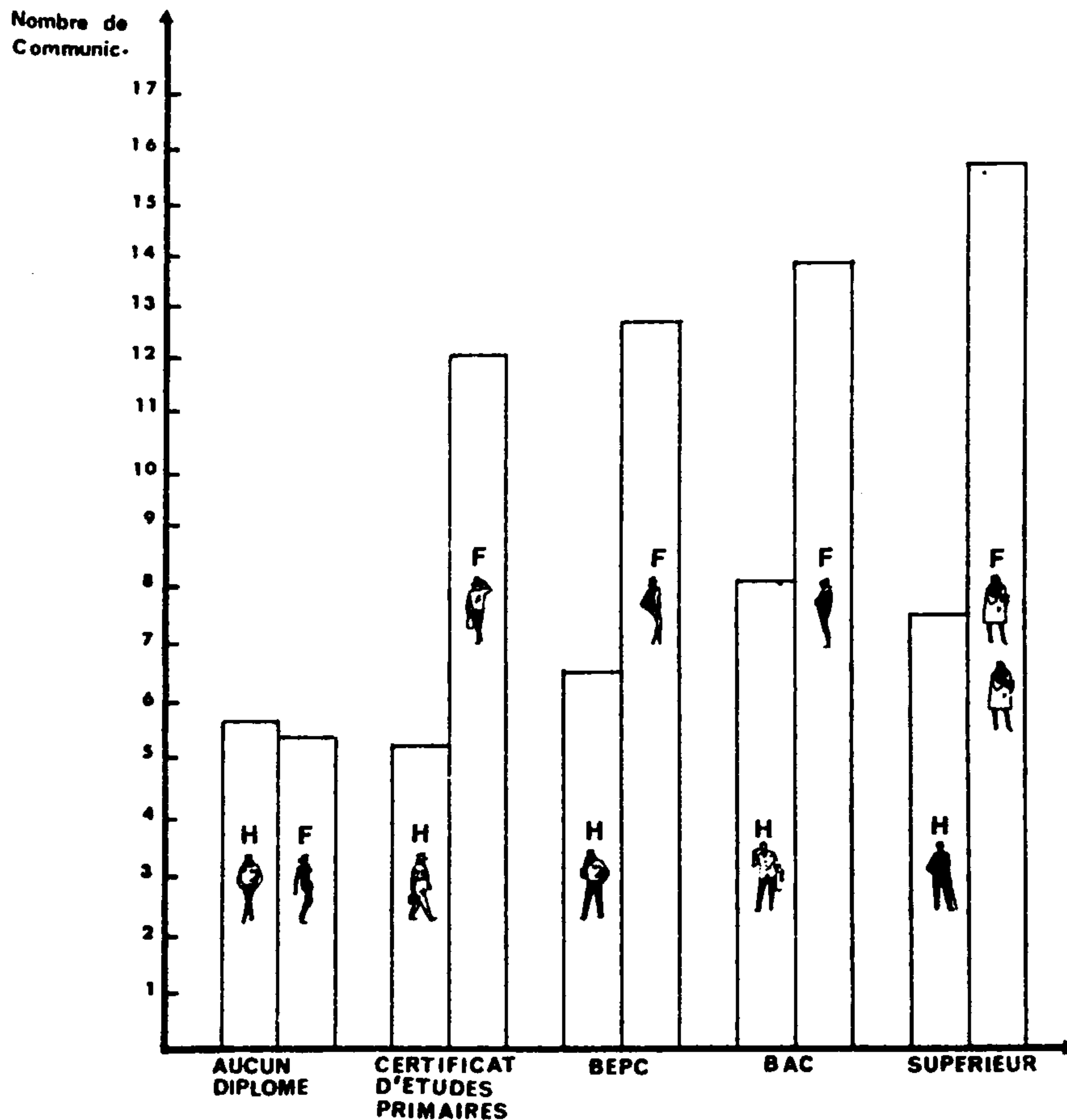


Schéma 3.6 : Niveau d'étude et consommation

## 2.7 - Les interdépendances familiales ou le téléphone réparti

1. L'état matrimonial de l'individu rend compte partiellement de la position de l'individu dans le ménage. Nous avons retenu sept catégories d'individus : les personnes mariées à la charge de quelqu'un, ayant des personnes à charge ou sans personne à charge, les célibataires selon la même décomposition, et enfin les enfants de moins de 16 ans.

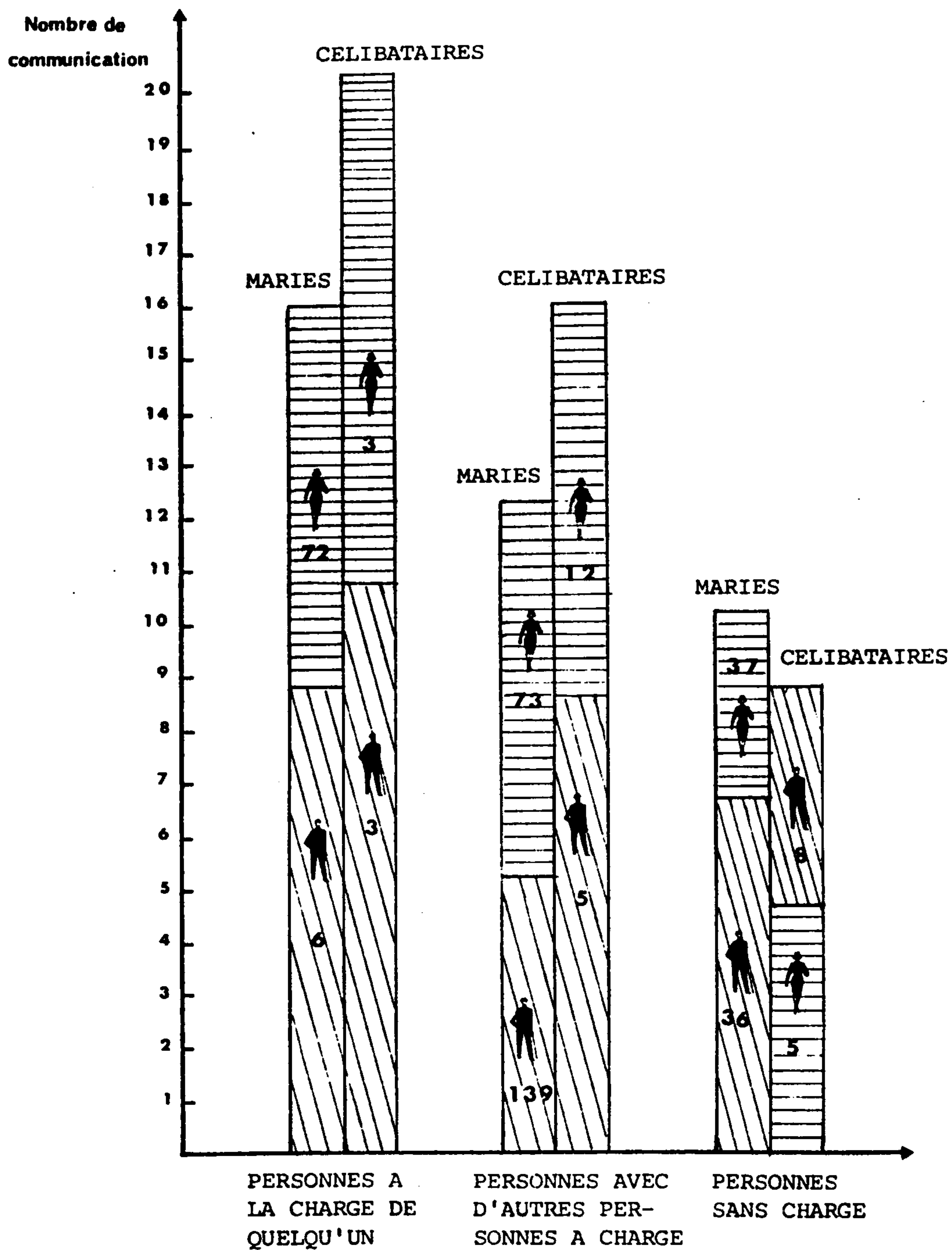
Afin de neutraliser les effets croisés des variables les plus significatives au niveau de la consommation téléphonique, nous avons éclaté la population selon le sexe et n'avons retenu que les seuls individus de 25 à 70 ans, étant soit personne de référence du ménage, soit deuxième personne du ménage, et appartenant à des ménages de deux personnes ou plus.



Les résultats obtenus, présentés dans le schéma 3.7, appellent deux remarques :

- la consommation téléphonique des célibataires (hommes ou femmes) est en général de 25 % à 65 % supérieure à celle des personnes mariées (ou concu-



SCHEMA 3.7 Statut matrimonial et consommation téléphonique



 : Hommes  
 : Femmes

- bins), à l'exception des femmes mariées sans personne à charge ;
- les personnes mariées ou célibataires vivant à la charge de quelqu'un téléphonent en moyenne plus que les individus ayant des personnes à charge, qui téléphonent eux-mêmes plus que les personnes sans charge.

Ces résultats nous renvoient à deux interprétations complémentaires relatives, l'une à la division des rôles à l'intérieur du ménage quant à l'utilisation du téléphone, l'autre au rôle de la communication téléphonique comme substitut, ersatz, ou tout simplement compensation d'une relative pénurie de communication intra-ménage.

Si les célibataires, appartenant à des ménages de deux personnes ou plus, téléphonent en moyenne plus que les gens mariés, c'est sans doute parce que :

- d'une part, ils assument seuls la plus grande partie du trafic ménage sans pouvoir le partager avec un conjoint potentiel ;
- d'autre part, le téléphone est pour eux un moyen privilégié de communications relationnelles, amicales, familiales ou amoureuses qu'ils ne peuvent suffisamment satisfaire à l'intérieur de leur propre ménage.

Si les personnes à la charge de quelqu'un téléphonent en moyenne beaucoup plus que les autres, c'est sans doute parce que :

- inactives, donc présentes au domicile, elles jouent le rôle de standardistes dans le ménage ;
- la plupart du temps seules au foyer, elles comblent en partie l'absence de relations sociales liées au travail, par exemple, par une utilisation plus importante du téléphone qui leur permet d'entretenir, de préparer, de poursuivre, d'autres types de relations.

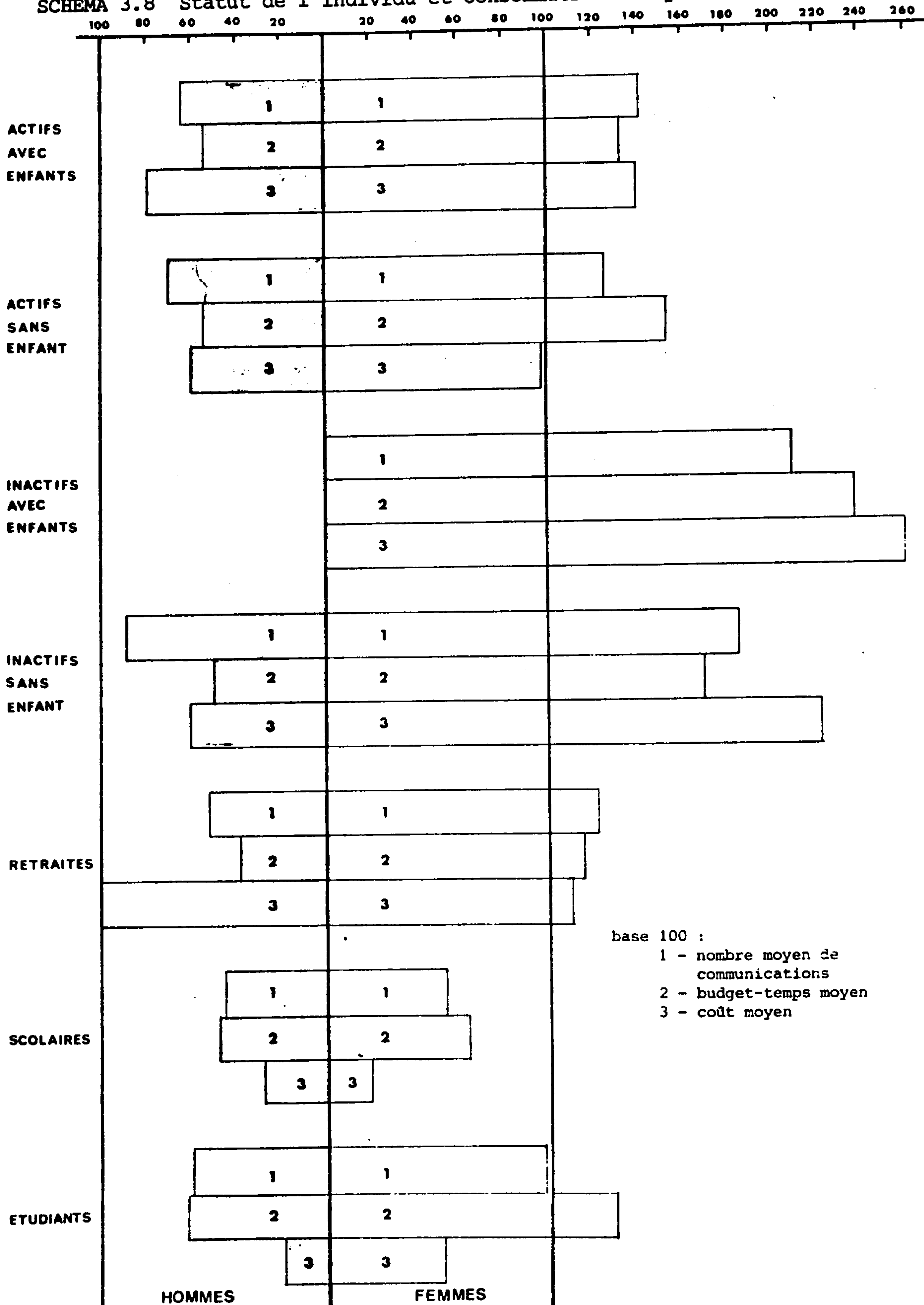
2. La macro-variable statut de l'individu permet, quant à elle, de distinguer 14 catégories d'individus répartis en deux groupes selon le sexe. On distingue ainsi : les actifs avec enfants, les actifs sans enfants, les inactifs avec enfants, les inactifs sans enfant, les retraités, les scolaires et les étudiants.

L'analyse de la consommation téléphonique selon le statut de l'individu permet de retrouver les effets de plusieurs variables que nous avons étudiées, telles que le sexe, l'activité et l'âge. Nous ne reviendrons pas ici sur les différentes interprétations que nous avons déjà données quant à l'influence de chacune de ces variables.

L'intérêt de cette variable est plutôt qu'elle permet de mettre en évidence la sensibilité de la consommation téléphonique à la présence d'enfants dans le ménage. On constate ainsi que, si la présence d'enfants dans le ménage ne se traduit pas par des consommations téléphoniques très différentes chez les hommes, il n'en est pas de même pour les femmes. Il semble en effet que la présence d'enfants de moins de 16 ans au sein du ménage se traduise par des consommations téléphoniques plus élevées chez les femmes actives mais surtout chez les inactives.

On peut interpréter ce différentiel de consommation lié à la présence d'enfants, en remarquant que la gestion quotidienne du ménage est d'autant plus complexe que l'on doit élever des enfants. Connaissant le rôle encore

SCHEMA 3.8 Statut de l'individu et consommation téléphonique





central des femmes dans la prise en charge matérielle, affective et quotidienne des enfants, il n'est donc pas surprenant de constater un trafic téléphonique supplémentaire lié par exemple à la garde des enfants, à l'école, à la santé, à l'organisation des activités annexes des enfants. Il n'est, par ailleurs, pas très surprenant de constater que ce différentiel est d'autant plus important que la femme a du temps à consacrer à ses enfants. Ainsi, par exemple, les femmes inactives avec enfants ont-elles en moyenne une consommation téléphonique 1,2 fois plus élevée que les femmes inactives sans enfant.

On peut donc retenir que si la consommation téléphonique des individus dépend en partie de leur position dans la société, au regard d'un certain nombre de variables élémentaires de positionnement socio-économiques, elle dépend également, d'une certaine manière, de la position de chaque individu à l'intérieur de son ménage et de la nature même du ménage auquel il appartient. La consommation téléphonique des individus est pour partie le fruit d'interdépendances entre les différentes personnes qui composent le ménage. Ces interdépendances familiales peuvent se traduire par une division des rôles de chacun à l'égard du téléphone, par une induction de trafic liée à la présence de personnes supplémentaires (enfants) ou au contraire à l'absence de certaines personnes à l'intérieur du ménage (célibataires).

Après avoir étudié l'influence des principales variables de positionnement démographiques, sociologiques et économiques, il convient d'évaluer l'influence d'autres variables liées soit à l'équipement téléphonique, soit à l'apprentissage du téléphone, soit plus directement à la répartition des rôles à l'égard du téléphone.

## 2.8 - Equipement téléphonique et apprentissage

### 1. Les standardistes

Si l'on exclut les personnes vivant seules qui sont de fait standardistes, on constate qu'il y a une standardiste dans plus de la moitié des ménages de deux personnes ou plus. En d'autres termes, c'est habituellement toujours la même personne qui va répondre au téléphone, dans plus d'un ménage sur deux. Dans 80 % des cas, la personne en question est une femme.

Si l'on retient un groupe homogène constitué de personnes mariées, on peut distinguer trois catégories d'individus : les standardistes, les individus qui ne le sont pas mais qui appartiennent à un ménage où il y a une standardiste, les personnes appartenant à des ménages où il n'y a pas de standardiste. Les consommations téléphoniques de ces catégories d'individus sont différenciées (cf. schéma 3.9).

Ainsi les standardistes, qu'ils soient hommes ou femmes, téléphonent en moyenne de l'ordre de 60 à 70 % plus que les personnes non standardistes appartenant à des ménages où il y a une standardiste. Le différentiel de consommation est par contre assez faible entre les standardistes et les individus appartenant à des ménages où il n'y a pas de standardiste.

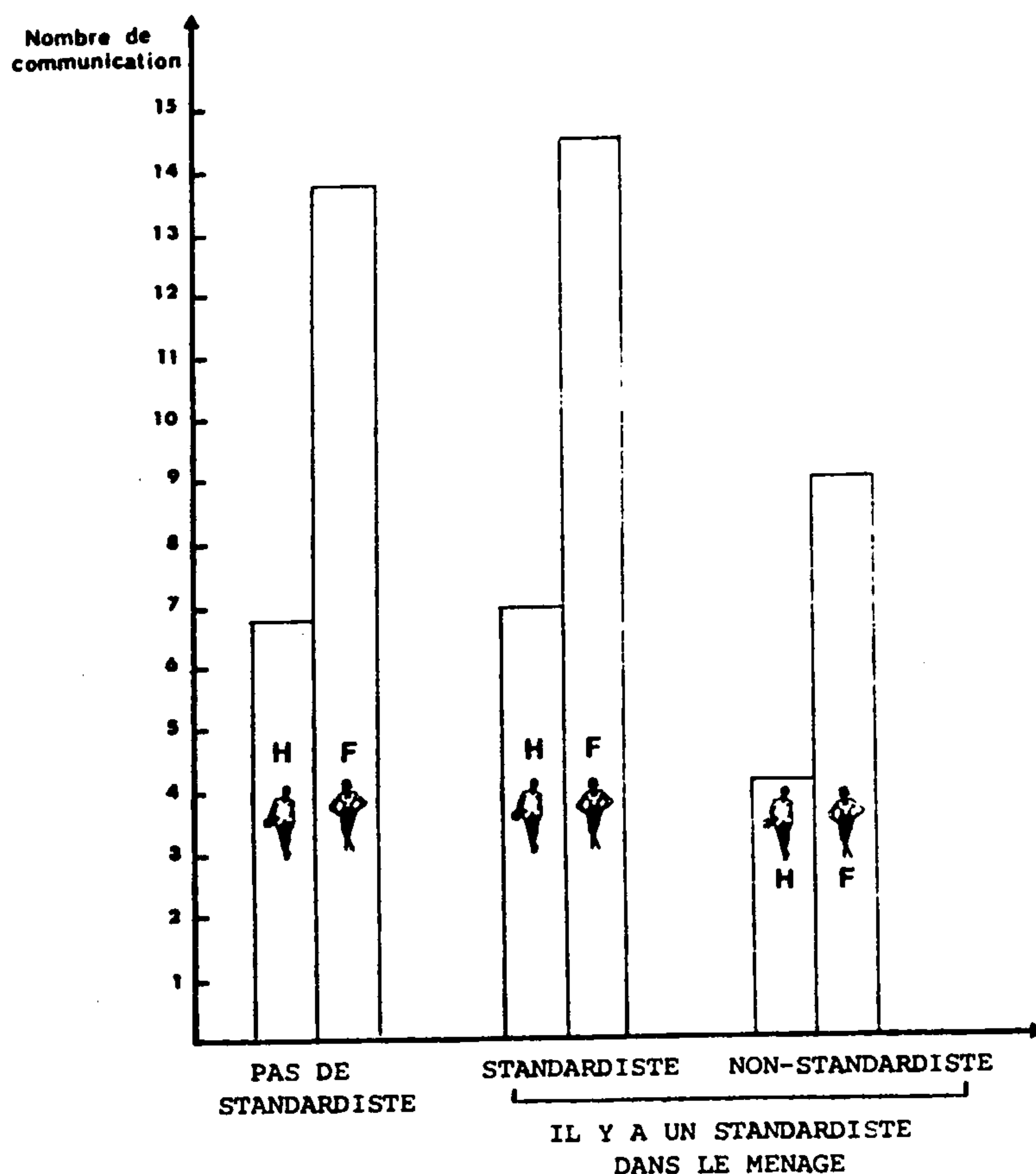


Schéma 3.9 : Les standardistes

Il semble donc que le fait d'appartenir à un ménage où il y a une standardiste se traduise par une consommation téléphonique relativement faible pour les individus qui ne le sont pas. On est d'ailleurs en droit de se demander s'il ne conviendrait pas plutôt de renverser cette proposition. Il semble, que la sous-consommation relative des non-standardistes, dans les ménages où une personne remplit cette fonction, soit plutôt le reflet d'un certain manque d'intérêt de ces individus à l'égard du téléphone. En effet, si les non-standardistes représentent environ le 1/3 de la population, ils représentent plus des 2/3 de la population n'ayant jamais décroché le combiné téléphonique durant la semaine d'enquête.

## 2. Les multibranchés

Les installations téléphoniques à deux lignes, ou plus, sont encore extrêmement rares chez les ménages. La différenciation dans l'équipement téléphonique passe plutôt par l'acquisition d'un deuxième, voire d'un troisième combiné téléphonique. La question est alors de savoir s'il existe une relation entre l'augmentation de l'équipement téléphonique du ménage et le niveau de consommation des individus.

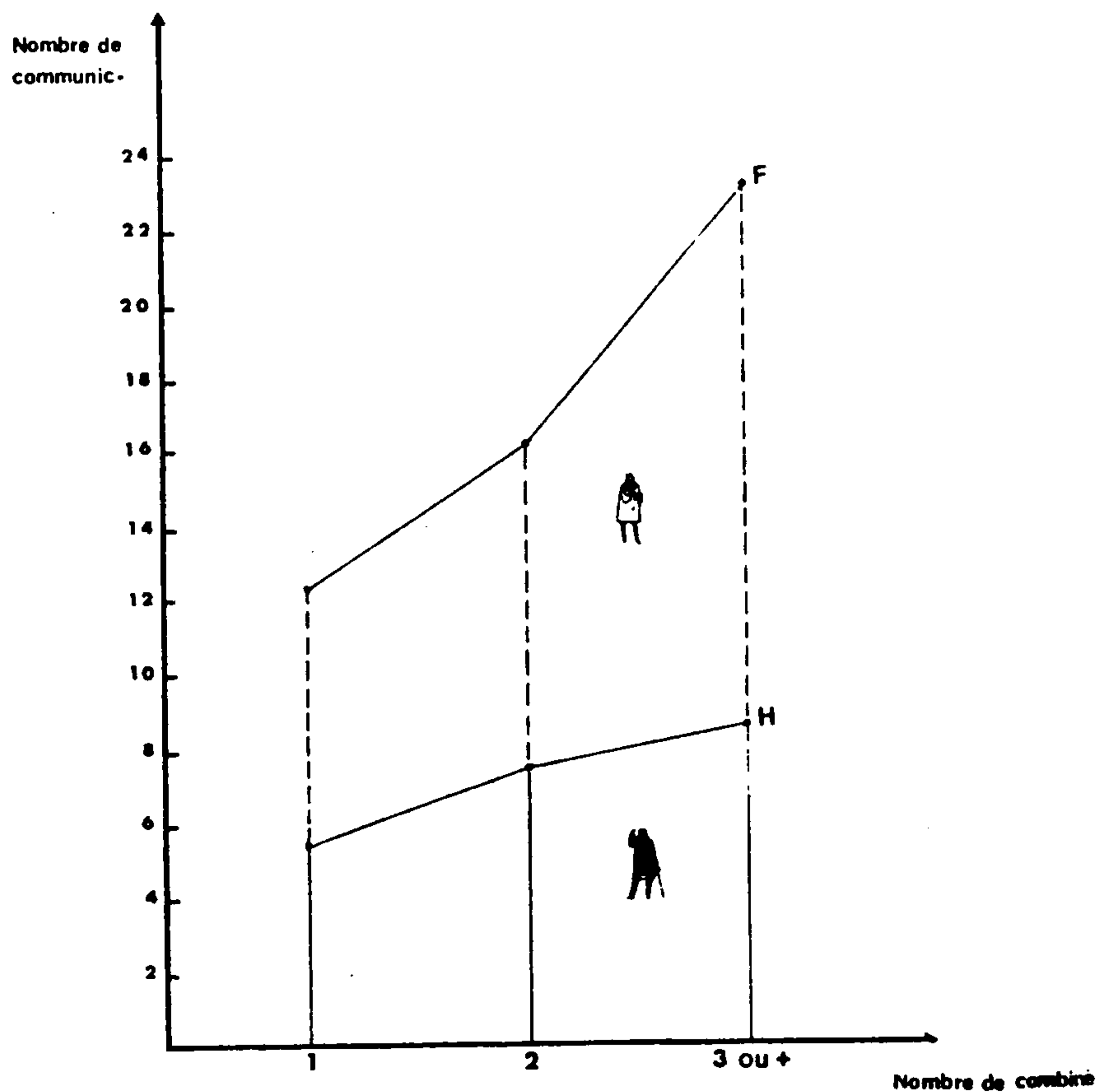


Schéma 3.10 : Le nombre de combinés

A l'évidence, comme l'indique le schéma 3.10, cette relation existe :

- les hommes et les femmes ayant deux combinés à leur disposition, téléphonent respectivement de 30 à 40 % plus que leurs homologues n'ayant qu'un seul combiné ;
- les personnes disposant de trois combinés ou plus ont une consommation téléphonique de 60 à 90 % supérieure aux individus équipés d'un combiné.

Il semble donc que, si une utilisation intensive du téléphone ne se traduit pas toujours par un multiple équipement téléphonique du ménage, les équipements à plusieurs combinés sont en général le fait d'individus et de ménages, téléphonant plus que la moyenne. En d'autres termes, si la disponibilité de plusieurs combinés téléphoniques au domicile améliore l'accessibilité et le confort du téléphone, il semble que cet avantage relatif soit d'autant mieux internalisé que la consommation téléphonique est élevée.

### 3. Les pratiques d'apprentissage

L'utilisation du téléphone peut également varier selon l'expérience et la pratique que peut avoir chaque individu de ce moyen de communication.



Nous disposons pour notre part de deux indicateurs complémentaires mais partiels, pour rendre compte de l'expérience téléphonique des individus :

- la disponibilité du téléphone chez les parents du chef de famille et du conjoint enquêté ;
- la durée de l'abonnement téléphonique du ménage.

L'apprentissage par un téléphone de l'individu peut commencer chez ses propres parents. Or, nous avons à faire à une population adulte qui a grandi à une époque de relative pénurie téléphonique en France. Les parents des enquêtés n'étaient donc pas nécessairement abonnés au téléphone, bien au contraire seule une minorité avait un téléphone à sa disposition. Il est d'ailleurs caractéristique de constater que seuls les individus de notre échantillon, de moins de 30 ans ont une probabilité d'avoir eu le téléphone chez leurs parents supérieure à 0,5. Cela coïncide tout à fait avec le démarrage du plan de rattrapage de l'équipement téléphonique de la France.

Si l'on examine alors le niveau de consommation téléphonique des individus qui ont eu le téléphone chez leurs parents, on constate qu'il est en moyenne supérieur au niveau des autres individus :

- les hommes ayant commencé leur pratique téléphonique chez leurs parents téléphonent en moyenne 7 fois par semaine contre 5 fois pour ceux qui ne disposaient pas du téléphone lorsqu'ils résidaient chez leurs parents ;
- les niveaux de consommation sont respectivement de 15,5 et de 11,5 pour les femmes.

Il semble donc que l'apprentissage du téléphone chez les parents induise une sur-consommation relative. Le téléphone semble en effet plus intégré au mode de vie des individus qui ont pu le pratiquer lorsqu'ils étaient enfants ou adolescents. Le degré d'intégration du téléphone dans le mode de vie des individus dépend-il également de la durée de leur abonnement téléphonique ? L'évolution de la consommation téléphonique des individus en fonction de la durée de leur abonnement téléphonique ne laisse apparaître aucune relation interprétable entre ces deux variables dès lors que l'on s'est affranchi des effets croisés liés à l'âge de l'individu à sa position dans le cycle de vie, .... Ce résultat peut paraître surprenant car les modèles de prévision de trafic de la D.G.T. considèrent la durée de l'abonnement comme une variable relativement déterminante de la consommation téléphonique des lignes résidentielles (10).

Nous pensons à cet égard que la durée d'abonnement a dû jouer un rôle lorsque l'on est passé progressivement d'une période de relative pénurie d'équipement téléphonique des ménages à une période de rattrapage du niveau d'équipement. La croissance du volume de communications en fonction de la durée de l'abonnement téléphonique traduisait alors la mise en réseau progressive des correspondants potentiels des ménages abonnés. Par ailleurs, les effets de la durée de l'abonnement ne pouvant être mis en lumière par une analyse synchrone, pourraient être éventuellement décelés par une analyse diachronique. Quoiqu'il en soit, il semble bien que l'apprentissage du téléphone soit relativement indépendant de la durée de l'abonnement téléphonique.

Il semble donc que grandir avec le téléphone soit plus important que vieillir avec le téléphone.



## 2.9 - Synthèse : quelques tendances lourdes

Avant de rappeler les principales conclusions que l'on peut formuler à l'issue de l'analyse de niveaux de consommation téléphonique des individus une première remarque méthodologique s'impose. Les dispersions de consommation que l'on a pu mettre en évidence grâce aux individus sont beaucoup plus importantes et riches que celles que l'on observe au niveau des ménages. Nous en déduisons assez logiquement, qu'en première instance, l'unité d'observation des pratiques téléphoniques la plus opérationnelle est l'individu et non le ménage, contrairement aux analyses qui ont été menées jusqu'à présent.

La simple analyse très quantitative de la consommation téléphonique des individus que nous venons de commencer nous a déjà permis de mettre en évidence quelques tendances lourdes. Par tendances lourdes, nous entendons des déterminants de la consommation téléphonique qui résistent à la taille relativement faible de notre échantillon. Nous retiendrons pour notre part cinq conclusions importantes au niveau de cette première analyse.

La première concerne la consommation téléphonique des femmes qui est en moyenne deux fois plus élevée que la consommation des hommes. Ce résultat est d'autant plus marquant qu'il reste vrai quels que soient les statuts respectifs des hommes et des femmes (à l'exception des scolaires). La place des femmes à l'égard du téléphone est donc tout à fait privilégiée et parfois peut être pleine de servitudes (standardiste). La communication téléphonique est avant tout affaire de femmes, le courrier interpersonnel l'est aussi souvent, est-ce à dire que les communications, les relations interpersonnelles le sont également ?

Le deuxième enseignement, quelque peu trivial, que l'on peut retenir porte sur la sur-consommation relative, toutes choses égales par ailleurs, des personnes sans activité liée au travail ou aux études, par rapport aux individus actifs ou assimilés (scolaires, étudiants). Ainsi, plus la présence au domicile est importante au cours de la journée, plus la consommation téléphonique est élevée. Les célibataires inactifs téléphonent plus que les célibataires actifs, les femmes inactives de moins de 60 ans plus que leurs homologues actives, etc.... Les deux conclusions suivantes développent cette constatation.

La troisième conclusion à laquelle nous parvenons concerne les interdépendances entre la consommation téléphonique d'un individu et la structure du ménage auquel il appartient. Ces interdépendances ont pu être mise en évidence de plusieurs manières. On a en effet pu constater que les célibataires vivant seuls avaient un comportement avant tout plus proche d'un ménage que d'un individu. Nous avons par ailleurs pu mettre en évidence une certaine division des rôles à l'intérieur d'un même ménage à l'égard du téléphone : consommation élevée des femmes, désignation implicite ou explicite assez fréquente d'un standardiste. Enfin, la présence ou non d'enfants semble induire des niveaux de consommation différenciés.

La quatrième remarque à laquelle nous parvenons, est la place de la communication téléphonique comme substitut, compensation, d'une relative pénurie, structurelle ou momentanée, de potentialités de relations intraménages. Les consommations relativement élevées des célibataires, vivant seuls ou non,



et des femmes au foyer nous semblent relever pour partie de cette interprétation.

Enfin la cinquième et dernière conclusion porte sur l'inélasticité de la consommation téléphonique du revenu, à partir d'un certain seuil qui se situe sans doute dans une fourchette de 4 000 - 5 000 F. Cette inélasticité de la demande est le fruit de la combinaison de trois facteurs : la faiblesse du coût marginal d'une communication téléphonique, la structure finie et définie du réseau de relation des individus, enfin, des besoins et des opportunités de communication avec ces individus eux-mêmes limités.

Toutefois, s'il convenait de souligner ces principaux résultats, il ne faudrait pas oublier l'influence d'autres variables telles que l'âge, la C.S.P. et le niveau d'étude sur l'utilisation quotidienne du téléphone. Ayant réalisé ce travail élémentaire de dimensionnement et d'interprétation des effets des différentes variables de base sur le niveau de la consommation téléphonique des individus, il devient nécessaire de mettre en résonance ces différents effets afin de construire une typologie opérationnelle des individus. La méthodologie retenue a été alors de construire des groupes d'individus de telle sorte que les comportements de deux individus du même groupe soient les plus homogènes possible et que les comportements de deux individus appartenant à des groupes différents soient les plus dissemblables.

## 2.10 - Vers une typologie opérationnelle des individus

Avant de présenter le contenu de cette typologie, il convient de s'arrêter quelques instants sur les principes qui nous ont guidés lors de son élaboration.

### 1. Quelques principes d'opérationnalité

Par typologie opérationnelle des individus, nous entendons :

- une typologie adaptée à l'objet d'étude, à savoir la consommation téléphonique des individus ; cela signifie que pour élaborer cette typologie, nous avons retenu les principaux déterminants de cette consommation ;
- une typologie reposant sur des déterminants les plus significatifs, mais aussi les plus courants ; en d'autres termes, l'objectif d'opérationnalité est étroitement relié à un objectif de transférabilité ; cela signifie que la typologie retenue doit pouvoir être utilisée à des fins de prévision de la demande et ainsi reposer sur des variables classiques ;
- une typologie éclatant la population en un nombre limité de groupes et au regard de la taille de notre échantillon, comprenant chacun au moins 30 personnes ;
- une typologie "poupées gigognes", c'est-à-dire une segmentation de la population permettant différents niveaux de désagrégation ou d'agrégation ; par exemple permettant de travailler au choix sur les hommes ou les femmes, les actifs ou les inactifs, ...



- enfin une typologie puissante, c'est-à-dire permettant d'expliquer un pourcentage élevé de la variance totale de la population.

Ce sont ces quelques principes de base qui nous ont guidés lors de l'élaboration de cette typologie. Nous nous sommes efforcés de les respecter à deux exceptions près puisque, d'une part, nous avons un groupe d'individus de 29 personnes seulement, et, d'autre part, nous avons été amenés à segmenter un groupe d'individus en fonction d'une variable peu usuelle à savoir : l'individu est-il ou non parfois standardiste ?

La morphogénèse de cette typologie est représentée dans le schéma 3.11. Elle rend compte de la hiérarchie des principaux déterminants de la consommation téléphonique :

- la taille du ménage qui permet de distinguer les célibataires vivant seuls des autres individus ;
- le sexe qui sépare les hommes et les femmes appartenant à des ménages de deux personnes au moins ;
- l'âge qui permet de distinguer différentes catégories telle que les moins de 18 ans, les plus de 60 ans, les jeunes de 18 à 30 ans qui résident chez leurs parents ;
- la position au regard de la vie active qui permet de distinguer les actifs et les inactifs et, pour ces derniers, les retraités des autres ;
- la C.S.P. de l'individu (pour les actifs) ou du chef de famille pour les femmes inactives qui permet de distinguer les individus de C.S.P. "aisées" des C.S.P. "modestes".

## 2. Les différentes catégories d'individus :

La typologie que nous avons retenue permet de distinguer 15 groupes d'individus soit :

- deux groupes de célibataires vivant seuls,
- six groupes d'hommes,
- sept groupes de femmes,

### a) Les célibataires vivant seuls

Sur les 68 ménages d'une personne, nous avons distingué :

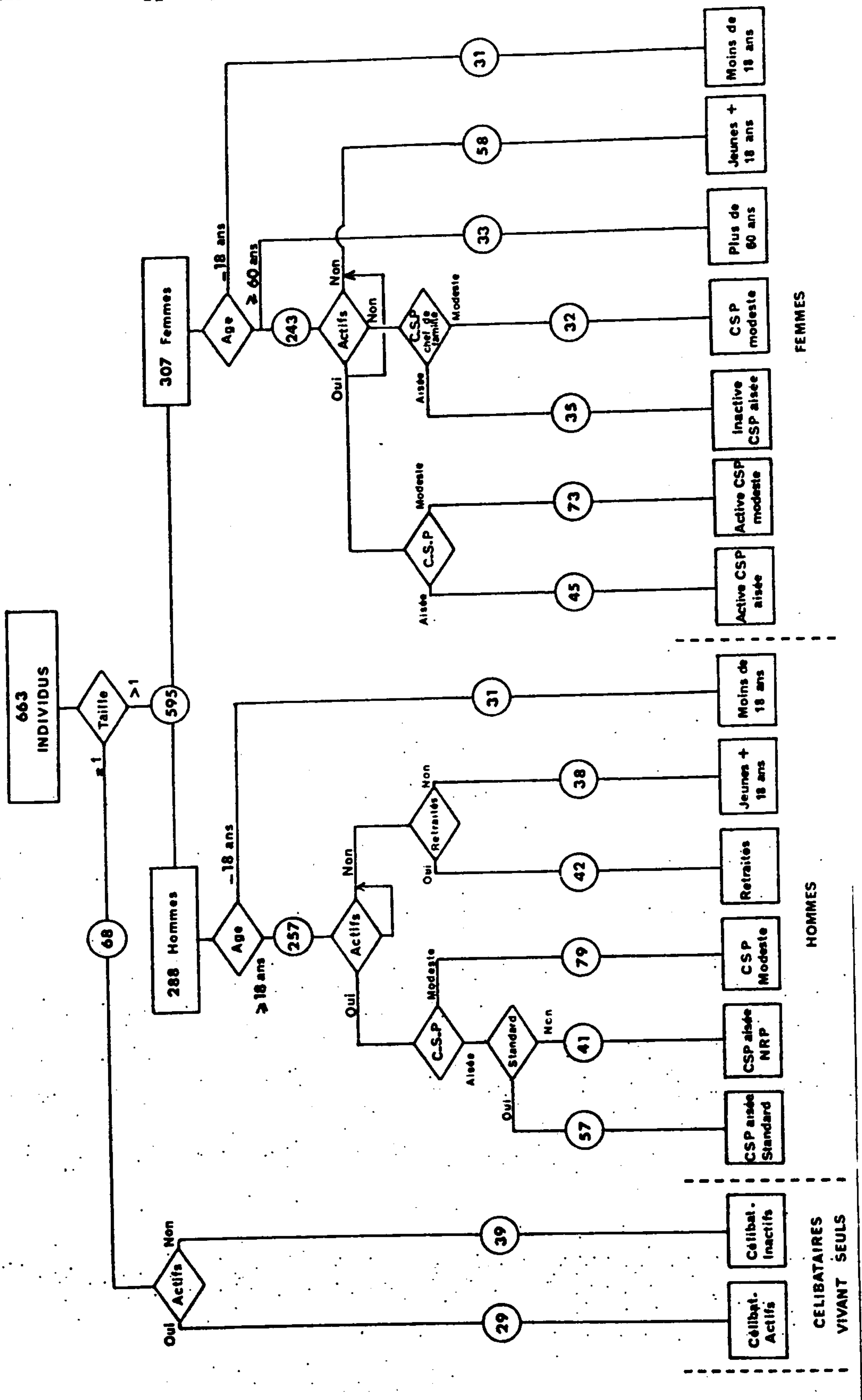
- les 29 célibataires actifs (groupe N° 1) : ce sont pour moitié des hommes et des femmes ;
- les 39 célibataires inactifs (groupe N° 2) : ce sont pour 85 % des femmes et principalement des personnes de plus de 60 ans (77 %).

### b) Les hommes

Sur les 288 hommes restants, nous avons distingué six groupes d'individus :

- trois groupes d'inactifs ou assimilés :
  - . les 31 jeunes âgés de 13 à 18 ans (groupe N° 8) qui sont des scolaires ;
  - . les 38 jeunes de plus de 18 ans (groupe N° 7) qui sont principalement des

SCHEMA 3.11 Typologie des individus



- inactifs (73 %) c'est-à-dire pour l'essentiel des étudiants (53 %) ou des actifs entre 20 et 30 ans mais résidant encore chez leurs parents ;
- . les 42 retraités (groupe N° 6).
- trois groupes d'actifs ou assimilés :
  - . les 79 actifs de C.S.P. "modeste" employés ou ouvriers (catégorie No 5) dont 5 personnes au chômage de C.S.P. modeste ;
  - . les 41 actifs de C.S.P. "aisée" (patrons, professions libérales, cadres supérieures, professions intermédiaires (groupe N° 4) qui appartiennent à des ménages où il y a une standardiste ;
  - . les 57 actifs de C.S.P. "aisée" qui vont systématiquement ou assez fréquemment répondre au téléphone (groupe N° 3).

### c) Les femmes

Sur les 307 femmes restantes nous avons distingué sept groupes de femmes dont :

- 5 groupes de femmes inactives ou assimilées
  - . les 31 jeunes âgées de 13 à 18 ans (groupe N° 15) qui sont scolaires ;
  - . les 58 jeunes de plus de 18 ans (groupe N° 14) qui sont pour l'essentiel inactives (80 %) et étudiantes (67 %) et, pour le reste, actives mais résidant chez leurs parents ;
  - . les 33 femmes de plus de 60 ans (groupe N° 13) qui sont pour l'essentiel retraitées (79 %) ou inactives à l'exception d'une femme active de plus de 60 ans ;
  - . les 32 femmes inactives de moins de 60 ans dont le conjoint appartient à une C.S.P. "modeste" (ouvriers, employés) (groupe N° 12)
  - . les 35 femmes inactives de moins de 60 ans dont le conjoint appartient à une C.S.P. "aisée" (patron, professions libérales, cadres supérieurs, professions intermédiaires) (groupe N° 11)
- 2 groupes de femmes actives :
  - . les 79 femmes actives employées ou ouvrières (groupe N° 10)
  - . les 45 femmes actives appartenant aux C.S.P. aisées (groupe N° 9)

### 3. Une typologie opérationnelle :

Il y a deux approches permettant de juger a posteriori de l'opérationnalité de cette typologie : une approche statistique assez globale, une approche analytique plus fine.

#### a) Une typologie robuste :

A la lumière des normes de l'analyse statistique la typologie nous semble robuste pour deux raisons principales (cf. Tableau 3.4) :

- les pourcentages de variances expliquées sont très satisfaisants ;
- les corrélations entre les classements par ordre de consommation croissante obtenues sur les trois variables de consommation (nombre de communications, budget-temps et coûts) sont élevées.

Cette typologie permet d'expliquer respectivement 30 %, 32 % et 13 % de la variance des comportements des individus exprimés en nombre de communications, en budget-temps, ou en coûts. Il est bon ici de rappeler que les meilleurs pourcentages de variance expliqués pour l'analyse de la mobilité



TABLEAU 3.4 Consommation téléphonique des différentes catégories d'individus

	Catégories d'individus	Effec- tif %	Nombre de communication/ semaine	Budget-temps hebdomadaire	Coût hebdomadaire (en F)
CELIBATAIRES VIVANT SEULS	1 - Célibataires actifs	29 4	14,17 (1) 150	1 h 48' (1) 144	10,79 (1) 89
	2 - Célibataires inactifs	39 6	18,79 201	2 h 55' 236	25,82 210
HOMMES ACTIFS	3 - C.S.P. "aisées" standardistes	57 8,5	9,16 98	1 h 81	17,30 141
	4 - C.S.P. "aisées" non standardistes	41 6	4,1 44	27' 36	4,2 34
	5 - C.S.P. modestes	79 12	4,57 49	25' 34	3,67 30
HOMMES INACTIFS	6 - Retraités	42 6	4,62 49	26' 35	11,5 94
	7 - Jeunes + de 18 ans (étudiants)	38 5,5	5,05 54	38' 51	4,71 38
	8 - Jeunes 13-18 ans (scolaires)	31 4,5	3,32 35	25' 33	3,03 25
FEMMES ACTIVES	9 - C.S.P. "aisées"	45 7	13,02 139	1 h 40' 135	13,96 114
	10 - C.S.P. modestes	73 11	11,26 120	1 h 35' 127	14,29 116
FEMMES INACTI- VES	11 - moins de 60 ans C.S.P. "aisées"	35 5	21,26 227	2 h 48' 226	38,09 310
	12 - moins de 60 ans C.S.P. "modestes"	32 5	3,72 147	2 h 159	18,16 148
	13 - plus de 60 ans	33 5	9,21 98	1 h 10' 94	14,06 15
	14 - Jeunes + de 18 ans (étudiantes)	58 9	8,55 91	1 h 30' 117	8,53 10
	15 - Jeunes 13-18 ans (scolaires)	31 5	4,29 46	35' 47	2,06 17
	TOTAL	663 100	9,36 100	1 h 15' 100	12,27 100
	VARIANCE EXPLIQUEE		30 %	32 %	13 %

(1) base 100 = consommation moyenne

quotidienne des individus sont de l'ordre de 12 %, malgré plus de 20 ans de travaux de plus en plus poussés sur ce sujet. Cela signifie que l'on a d'ors- et- déjà une meilleure maîtrise de l'influence des principaux déterminants socio-économiques sur la consommation téléphonique des individus. On peut d'ailleurs considérer que des pourcentages de variance de l'ordre de 30 % sur des comportements psycho-socio-économiques sont tout à fait satisfaisants, sauf à tomber dans une conception surdéterministe des comportements individuels qu'il est bon de laisser aux pseudo-libéraux et pseudo-marxistes qui confondent encore lois physiques et régulations sociales.

Il n'est par ailleurs pas surprenant de constater que l'on explique moins bien les dispersions individuelles des dépenses téléphoniques, celles-ci devant être reliées à la structure spatiale et temporelle de la consommation téléphonique.

Enfin, les coefficients de corrélation de Spearman (P) obtenus en comparant les classements par ordre de consommation croissante des différentes catégories d'individus sont élevés. Cela signifie que, quel que soit l'indicateur retenu (nombre de communications, budget-temps, coût), on a une image pas trop déformée des disparités de consommation. Ceci est surtout vrai pour la consommation exprimée en nombre de communications ou en budget-temps ( $p = 0,95$ ), les dépenses consacrées au téléphone donnant, bien entendu, des résultats moins satisfaisants ( $p = 0,86$  ;  $p = 0,81$ ).

#### b) Une typologie heuristique

Si l'on analyse les résultats précis obtenus à l'aide de cette typologie (cf. tableau 3.4) on retrouve sans difficulté les principales conclusions auxquelles nous étions parvenues par une analyse de l'influence des principales variables socio-économiques élémentaires sur la consommation téléphonique des individus. On perd certes quelques informations relatives à la présence ou non d'enfants, à l'apprentissage du téléphone ou non chez les parents, ..., mais on situe beaucoup mieux l'influence relative de telle ou telle variable telle que le sexe, la taille du ménage, l'activité, et donc les effets croisés de ces différents déterminants sur la consommation téléphonique.

On retrouve avec cette typologie, la dispersion assez forte de la consommation téléphonique des individus. Par exemple, on remarque que les femmes inactives de moins de 60 ans dont le conjoint est de C.S.P. aisée téléphonent en moyenne presque 7 fois plus que les adolescents de 13 à 18 ans, y consacrent également 7 fois plus de temps, et dépensent 12,5 fois plus d'argent.

Enfin, si cette typologie permet de mettre en évidence des disparités dans les niveaux de consommation téléphonique moyens de différentes catégories d'individus, elle permet également de relier de manière satisfaisante ces disparités à la part relative de chaque individu dans la consommation totale du ménage (cf. tableau 3.5).

Categories	CELIBAT.		HOMMES						FEMMES						% de variance expliquée	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		15
Nombre de communications	14,1	18,85	9,16	4,1	4,57	4,62	5,05	1,32	13,02	11,26	21,26	13,72	9,21	8,55	4,29	30
% de la consommation ménage	100	100	34	20	24	30	24	12	54	57	72	67	58	31	18	54

Tableau 3.5 : Niveaux de consommation et interdépendances familiales

A la lecture de ce tableau on retrouve bien, nous semble-t-il, l'idée selon laquelle la consommation téléphonique des individus, si elle dépend pour partie de leurs propres besoins de communication, dépend également fortement des interdépendances familiales qui s'organisent entre les différents individus d'un même ménage. A cet égard, la place des femmes inactives de moins de 60 ans est très claire. Leur niveau élevé de consommation tient non seulement aux potentialités de communication interpersonnelles que leur offre le téléphone, mais aussi, à leur rôle central dans la gestion des communications et des relations de l'ensemble du système ménage.

On identifie donc bien, à travers les seuls niveaux de consommation téléphonique des différentes catégories d'individus, la place qu'occupe ce moyen de communication pour chacune d'elle. Le téléphone fait l'objet de processus d'appropriation et d'utilisation très différenciés, il est temps de vérifier s'il fait également l'objet d'usages contrastés en s'intéressant non plus au volume global de la consommation téléphonique des individus, mais à leur structure de consommation.



## II - LES STRUCTURES DE CONSOMMATION TELEPHONIQUE

La structure de la consommation téléphonique d'un individu peut être repérée et interprétée selon :

- la morphologie physique de sa consommation téléphonique (émission, réception, caractéristiques spatio-temporelles) ;
- l'espace relationnel qui détermine en partie son utilisation du téléphone (répartition de la consommation par types de correspondant) ;
- le contenu de ses communications qui permet de déterminer la structure par motifs de sa consommation ;
- les représentations que l'individu se fait de ses communications.

Ces quatre approches de la structure de la consommation téléphonique des individus, nous conduiront dans une dernière étape à une présentation synthétique des résultats articulée autour de la typologie du trafic proposée (relationnel/fonctionnel), et de la typologie des individus.

Deux précisions d'ordre méthodologique méritent d'être formulées auparavant :

- la première est relative au processus d'élaboration des résultats qui seront présentés ; la démarche retenue consiste en effet à travailler sur la typologie des individus construite précédemment afin de comparer, à l'aide de cette variable synthétique, les structures de consommation de différentes catégories d'individus ; cela signifie implicitement que les déterminants des niveaux de consommation téléphonique sont également des déterminants des structures de consommation (11) ; on relèvera a priori la formulation pour le moins simpliste et rapide de cette hypothèse ; on vérifiera a posteriori qu'elle n'est pas sans fondement.
- La deuxième est relative à la lecture et à l'interprétation des résultats proposés ; nous avons en effet pris le parti de travailler la plupart du temps sur des structures relatives de consommation et non sur des valeurs absolues de communications téléphoniques ; cela signifie que nous avons opté pour une approche plus qualitative de l'usage du téléphone par rapport à une approche quantitative de son utilisation ; en d'autres termes, si 50 % des communications téléphoniques d'un individu sont réalisées avec des amis, cela ne signifie pas forcément que cet individu téléphone plus souvent à ses amis qu'une autre personne pour laquelle ce trafic ne représenterait que 25 % de sa consommation téléphonique.

Bien entendu ces deux options méthodologiques réduisent la complexité de l'analyse de la structure des consommations téléphoniques. Cependant, compte tenu de l'état actuel des connaissances sur l'utilisation domestique du téléphone, elles sont tout à fait satisfaisantes.

## 1. - LA STRUCTURE PHYSIQUE

La structure physique de la consommation téléphonique des individus peut être identifiée par l'orientation des communications (émission-réception) ainsi que leurs caractéristiques spatio-temporelles (jour, heure, durée et localisation des appels).

### 1.1 - De l'orientation des communications au sens de la consommation

Nous n'avons jusqu'à présent établi aucune distinction entre les communications émises par un individu et les communications qu'il reçoit. Il existe pourtant une différence de nature entre le trafic émis et le trafic reçu par un individu. Lorsqu'une personne donne un coup de fil, elle a un rôle très actif dans la mesure où elle décide a priori de la nécessité, du moment et du contenu de la communication sans en référer systématiquement au préalable à son correspondant. Par contre, lorsqu'un individu reçoit un appel téléphonique, il doit dans la plupart des cas arrêter toute activité séance tenante, décrocher son combiné afin d'interrompre une sonnerie toujours lancinante, entrer dans un processus de communication qu'il en ait ou non envie, avec un correspondant "aléatoirement" désiré ou proscrit.

Bien entendu cette problématique de l'émission et de la réception est tout à fait caricaturale. Il est évident que le contrôle social joue à l'émission comme à la réception ; on ne va pas téléphoner à n'importe qui, à n'importe quelle heure, pour n'importe quoi ; de même, un correspondant désiré par l'émetteur n'est lui-même que très rarement "interdit de séjour" sur le réseau par le récepteur. Il est tout à fait possible que des communications données soient une véritable corvée pour l'émetteur. Il en est du téléphone comme du courrier, on peut écrire et recevoir des lettres d'amour, écrire et recevoir des lettres de son percepteur.

La problématique de l'émission/réception ne saurait donc se réduire en une opposition simpliste entre des communications voulues, désirées, souhaitées, et des communications contraintes, forcées, proscrites. Nous préférons pour notre part et à ce stade de la réflexion distinguer des communications où l'individu joue un rôle actif de "décideur" et des communications où l'individu joue un rôle plus passif de réponse au stimulus d'un correspondant, étant entendu que, dans la plupart des cas, l'émetteur et le récepteur jouent tous deux un rôle actif au cours du processus proprement dit de la communication interactive.

Compte tenu de cette interprétation, il devient intéressant de commenter la structure en volume de la consommation des différentes catégories d'individus selon l'orientation du trafic téléphonique (cf. schéma 3.12)

Une première remarque s'impose. A deux exceptions près, les hommes actifs standardistes de C.S.P. "aisée" et les jeunes femmes de plus de 18 ans, les individus qui utilisent le téléphone plus que la moyenne, donnent et reçoivent plus de coups de fil que la moyenne. Inversement, les personnes qui



ont une consommation téléphonique inférieure à la moyenne émettent et reçoivent moins d'appels que la moyenne. Cela signifie qu'une utilisation fréquente du téléphone est généralement le fait d'individus qui se servent souvent du combiné tant à l'émission qu'à la réception. Les deux exceptions citées plus haut concernent deux catégories d'individus ayant des niveaux de consommation assez proches de la moyenne.

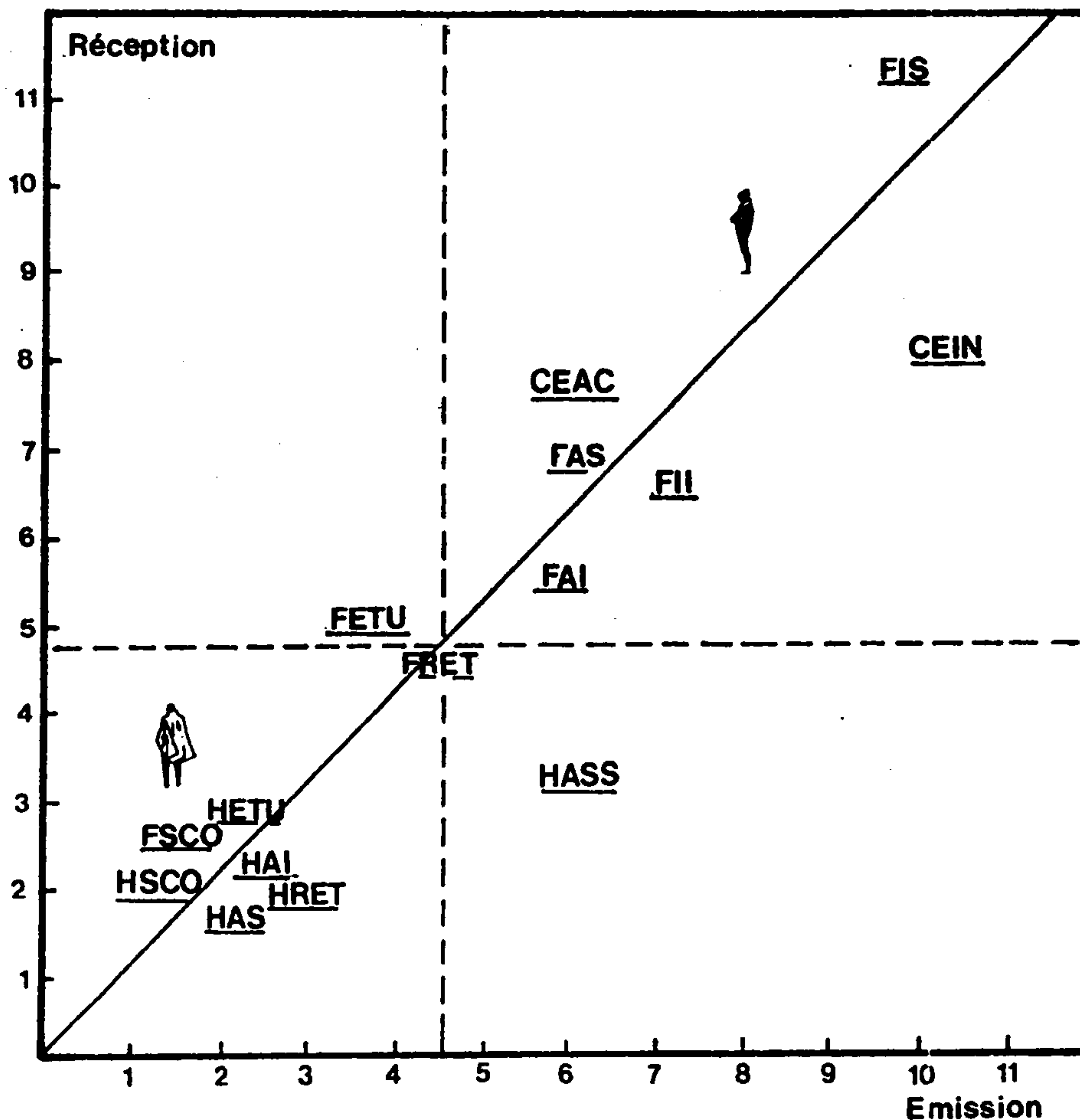


Schéma 3.12 : Structure selon l'orientation du trafic  
(en nombre de communications)

Deuxièmement, si on retrouve à l'émission comme à la réception une hiérarchie assez stable entre les consommations élevées et les consommations faibles, la structure relative entre émission et réception désigne assez clairement des catégories d'individus plutôt émetteurs et des catégories d'individus plutôt récepteurs. Si l'on considère qu'un trafic est structurellement déséquilibré à partir de 10 % d'écart entre l'émission et la réception, on peut distinguer 3 groupes d'individus tournés vers la réception et deux groupes d'individus plutôt émetteurs.

#### 1) Les récepteurs

Les scolaires, les jeunes gens de plus de 18 ans ainsi que les célibataires actifs vivant seuls, sont les trois catégories d'individus dont le trafic téléphonique est le plus tourné vers la réception.



Les scolaires, garçons ou filles, ont un trafic téléphonique qui est pour 61,5 % à la réception. Les raisons de ce déséquilibre structurel assez important peuvent être variées. Rappelons pour mémoire une certaine fuite du trafic téléphonique des plus jeunes vers les cabines téléphoniques, ainsi peut-être qu'une certaine sous-estimation du trafic émis par les scolaires liée à la crainte du contrôle familial qui pouvait s'exercer à la lecture du carnet de compte. Plus fondamentalement, ce déséquilibre nous semble être le résultat de deux effets complémentaires :

- les scolaires sont en effet généralement présents au domicile plus régulièrement que leurs parents qui travaillent ; ils assument alors le rôle de standardiste pour certaines communications qui ne leur sont pas initialement destinées ;
- les enfants sont également sans doute contactés par des correspondants auxquels ils ne téléphonent eux-mêmes que rarement, nous pensons ici plus particulièrement aux correspondants familiaux (parents, grands-parents, ...) ; en effet, 28 % seulement des communications des scolaires avec leur famille sont émises, alors que 72 % sont reçues.

Les jeunes gens de plus de 18 ans, principalement des étudiantes ou des étudiants, reçoivent également beaucoup plus de coups de fil qu'ils n'en émettent (57 % contre 43 %). La différence est ici moins importante que pour les scolaires, mais le déséquilibre émission-réception reste structurel. Ce déséquilibre se justifie par les mêmes raisons que pour les scolaires (30 % du trafic familial est émis, 70 % reçu). La réduction de l'amplitude de ce déséquilibre par rapport aux scolaires peut être expliquée en constatant que le trafic des jeunes gens de plus de 18 ans se diversifie en direction de correspondants plus fonctionnels (commerçants, administrations, ...) que l'on appelle plus qu'ils ne nous appellent.

Enfin, les célibataires actifs vivant seuls sont également plus fréquemment récepteurs (55,5 %) qu'émetteurs (44,5 %). Ce sont aussi la plupart du temps de jeunes gens de moins de 30 ans (environ 50 % de cette catégorie). Cependant, si l'on ne peut pas exclure une interprétation liée à des structures de correspondants différenciées à l'émission et à la réception, on doit la compléter par les remarques suivantes :

- les célibataires vivant seuls sont nécessairement les standardistes de leurs ménages, cela signifie qu'ils sont les seuls à pouvoir répondre au téléphone ; aucune division des rôles à la réception n'est possible ;
- cette explication est néanmoins très insuffisante car les célibataires inactifs émettent malgré tout plus qu'ils ne reçoivent ;
- il convient alors de constater que les célibataires actifs reçoivent en moyenne autant de communications téléphoniques que les célibataires inactifs ; ils font par ailleurs partie des catégories d'individus qui utilisent le plus le téléphone tant à l'émission qu'à la réception ; on est alors en droit de se demander, si le déséquilibre structurel de leur consommation vers la réception n'est pas à relier aux contraintes pesant sur l'allocation de leur budget-temps qui sont beaucoup plus importantes que pour les célibataires inactifs ; ils donneraient ainsi relativement moins de coups de fil que ces derniers car ils auraient tout simplement moins de temps à consacrer au téléphone.



## 2) Les émetteurs

On peut repérer deux groupes d'émetteurs : les hommes actifs standardistes de C.S.P. "aisées", les célibataires inactifs vivant seuls.

Les hommes actifs standardistes de C.S.P. aisées ont un trafic très tourné vers l'émission, 63 % contre 37 % à la réception. Ce résultat peut paraître surprenant car ils font partie des hommes qui n'hésitent pas à aller répondre lorsque la sonnerie retentit. Ce déséquilibre structurel vient surtout d'un usage très spécifique du téléphone tourné, vers des correspondants fonctionnels (relations professionnelles, entreprises, administrations ...), que l'on retrouve à l'émission plutôt qu'à la réception. Remarquons ici que si cette catégorie d'individus n'est guère plus appelée que les autres hommes, ils donnent presque autant de coups de fil que les femmes actives et les célibataires actifs soit de deux à trois fois plus que les autres hommes.

Les célibataires inactifs vivant seuls donnent également plus de coups de fil (55 %) qu'ils n'en reçoivent (45 %), sachant par ailleurs qu'ils en reçoivent plus que la plupart des autres catégories d'individus. Il nous semble que ce déséquilibre confirme en fait indirectement l'idée selon laquelle les célibataires inactifs vivant seuls trouvent dans le téléphone un moyen de compenser le relatif isolement dans lequel ils se trouvent, la plupart du temps, lorsqu'ils sont chez eux.

Les autres catégories d'individus ne présentent pas de déséquilibre structurel de leur consommation téléphonique entre émission et réception. On peut cependant retenir que les femmes actives et inactives rattachées à des C.S.P. aisées ainsi que les femmes âgées de plus de 60 ans reçoivent un peu plus de coups de fil qu'elles n'en émettent (53 % contre 47 %). Par contre, les hommes retraités et les autres actifs donnent plus d'appels qu'ils n'en reçoivent (51 % contre 49 %).

L'analyse de la structure émission/réception de la communication des individus permet en résumé de dégager deux hypothèses essentielles :

- à l'émission, on trouve le plus souvent la consommation spécifique d'un individu dans la mesure où l'on a à faire au trafic qu'il a lui-même décidé ; à la réception, on a par contre un trafic dans lequel figure un certain bruit lié aux communications qui, soit n'étaient pas initialement destinées à l'individu qui va les assumer, soit n'étaient pas désirées ou souhaitées par cet individu ; nous différencierons donc l'émission de la réception en remarquant que nous repérons dans le premier cas une pratique communicationnelle sans bruit et dans le deuxième cas une pratique communicationnelle avec bruit ;
- le déséquilibre entre émission et réception semble d'autant plus important que la consommation de telle ou telle catégorie d'individus est typique (sous-entendu à l'émission) ; en effet les scolaires ont une consommation plus caractéristique que les jeunes de plus de 18 ans et ceux-ci plus que les célibataires actifs ; les hommes actifs standardistes de C.S.P. aisée ont aussi une consommation plus singulière que les célibataires inactifs.

On retrouvera confirmation de cette idée lorsque nous analyserons ultérieurement la structure du trafic des différentes catégories d'individus par types de correspondant et par motifs. La structure de la consommation selon l'orientation dépendra de la résultante des effets croisés liés à la présence de



bruit à la réception et à la spécificité des communications à l'émission. L'orientation ou le sens des communications confère donc bien un sens à la consommation téléphonique.

## 1.2 - La structure spatio-temporelle

La structure physique de la consommation téléphonique d'un individu peut également être repérée à partir de ses caractéristiques spatio-temporelles. Nous retiendrons les trois variables suivantes : localisation, moment et durée des appels.

### 1) La structure spatiale

A l'émission, 84 % du trafic téléphonique domestique se réalise dans la circonscription téléphonique de Lyon. Cette prépondérance très marquée du trafic de proximité reste vérifiée quelle que soit la catégorie d'individus retenue. Rien de très étonnant dans ce résultat, car la typologie des individus construite ne tient pas compte des variables pouvant expliquer la structure spatiale de leur consommation téléphonique telles que : leur périphe résidentiel, la localisation et la mobilité résidentielle des membres de leur réseau de relation, ....

On peut cependant retenir que plusieurs catégories d'individus présentent des structures de localisation de leurs appels intéressantes et interprétables. Les scolaires et les jeunes de plus de 18 ans, garçons ou filles, qui ont un trafic de proximité plus important que la moyenne (90 %). Les retraités hommes ou femmes qui ont une consommation plus souvent tournée vers d'autres circonscriptions téléphoniques (77 % dans la même circonscription contre 23 % dans d'autres).

Ces deux résultats peuvent s'interpréter au moins en partie en remarquant que les plus jeunes ont le plus souvent un réseau de relation de proximité du fait de leur jeune âge, de leur faible mobilité résidentielle et de leur domiciliation chez leurs parents. En revanche les personnes âgées ont sans doute un réseau de relation plus dispersé du fait, soit de leur propre mobilité résidentielle, soit de l'éclatement, voire du morcellement spatial de leur famille.

L'analyse de la structure de la consommation téléphonique des individus selon le type de correspondant permettra de vérifier et d'affiner ces hypothèses.

### 2) La structure temporelle

On peut rendre compte de la structure temporelle de la consommation téléphonique des individus en distinguant trois périodes de communication :

- la semaine pendant les horaires théoriques de travail ou d'études (de 8 h 30 à 12 h 30 et de 13 h 30 à 17 h 30) ;
- la semaine en dehors de ces horaires de travail (12 h 30 à 13 h 30 et de 17 h 30 à 8 h 30) ;



- le week-end.

Les résultats obtenus sur les pratiques communicationnelles des différentes catégories d'individus rendent bien compte des contraintes temporelles qui pèsent sur la structure de leur trafic. (cf. schéma 3.14). Evidemment, tous les individus ayant des contraintes horaires liées, soit à leur travail, soit à leurs études, utilisent le téléphone soit la semaine pendant les périodes hors travail, soit le week-end. En revanche, une part relativement importante de la consommation téléphonique des inactifs (célibataires, femmes au foyer, retraités) se déroule pendant les heures de travail des actifs (de 40 à 55 %). Ainsi les contraintes horaires et la présence au domicile durant la journée déterminent des niveaux de consommation, mais aussi des structures temporelles, différentes.

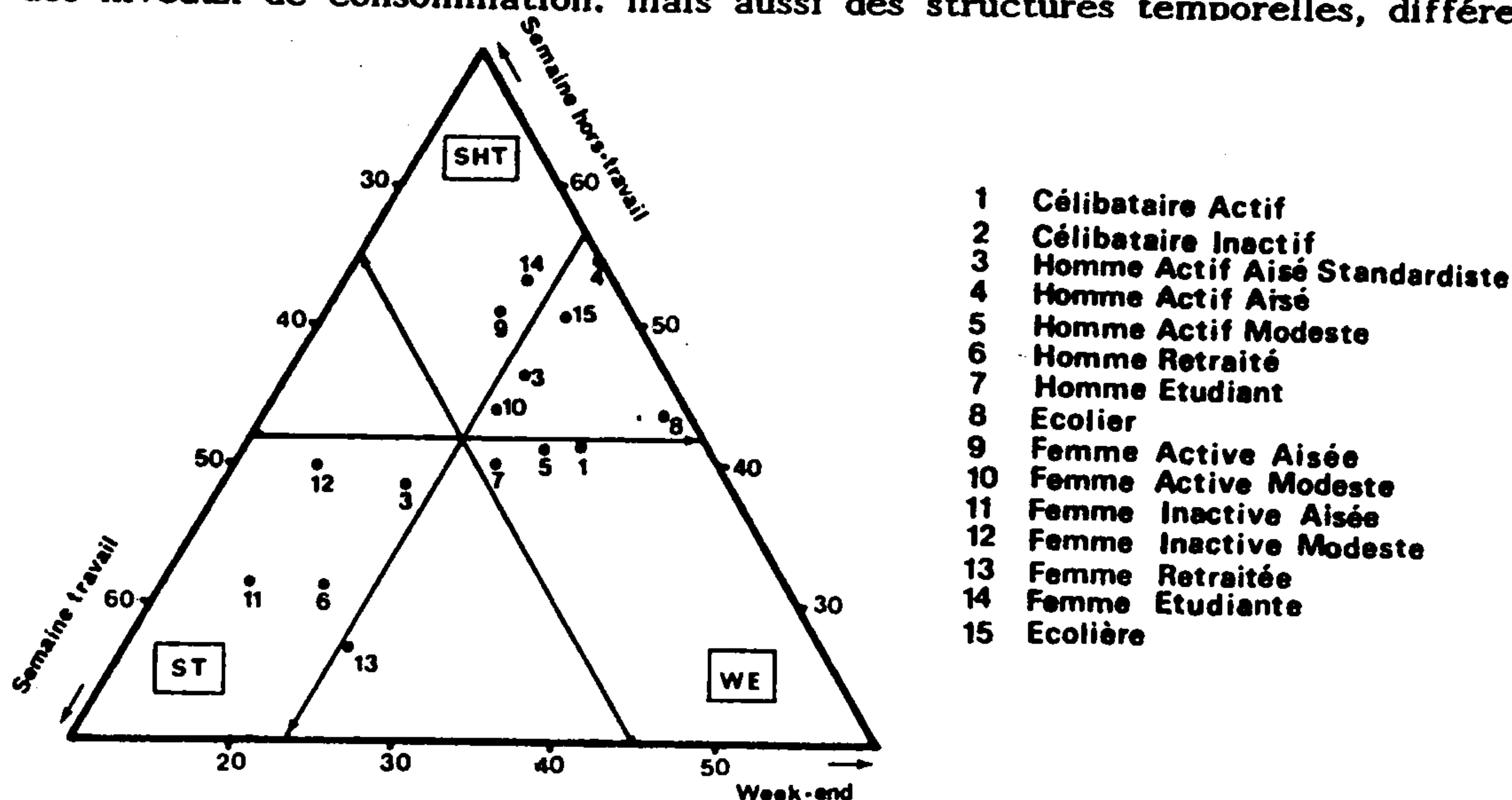


Schéma 3.13 : Structure de consommation selon le jour et l'heure

La durée des communications téléphoniques des individus est un autre indicateur de la structure temporelle de leur consommation téléphonique. On constate tout d'abord, que les femmes ont des durées moyennes de communication (7,6 mn à 10,2 mn) toujours supérieures aux durées moyennes des différentes catégories d'hommes (5,5 à 7,6 mn). Deux interprétations peuvent être données à ce différentiel :

- la première quelque peu caricaturale, les femmes sont plus bavardes que les hommes ;
- la deuxième plus intéressante, les femmes ont des pratiques communicationnelles plus relationnelles que les hommes.

On remarque également que les plus jeunes (scolaires, étudiants) ont en moyenne des communications téléphoniques plus longues que leurs aînés. Les deux explications précédentes restent tout à fait valables. Il est intéressant ici de remarquer que la boulimie téléphonique traditionnellement imputée aux plus jeunes vient sans doute d'une déformation dans l'interprétation de leurs pratiques téléphoniques ; ils téléphonent en effet relativement peu, mais restent plus fréquemment "pendus au bout du fil".

La structure physique de la consommation téléphonique d'un groupe d'individus est donc un bon révélateur des pratiques télécommunicationnelles de





- la famille, y compris les membres du même ménage ;
- les amis, qui regrouperont, les amis des parents, les copains des enfants, les simples relations et les voisins ;
- les autres correspondants, à savoir : les membres d'une même association, les relations professionnelles, les entreprises, les administrations, ...

## 2.1 - Des réseaux de relation à distance différenciés

Le réseau de relation téléphonique d'un individu sera défini de la manière la plus simple qui soit. Il sera constitué de l'ensemble des différentes personnes physiques et morales avec lesquelles l'enquêté aura eu un entretien téléphonique durant la semaine d'enquête, indépendamment des fréquences de communication qu'il aura pu avoir avec tel ou tel correspondant. L'unité de mesure n'est donc plus la communication téléphonique, mais le correspondant.

En moyenne, les individus sont en contact téléphonique avec 6,25 correspondants différents par semaine, soit 2,2 membres de la famille, 2,37 amis ou relations, et 1,68 autres correspondants. Cependant, les structures du réseau de relation téléphonique des différents groupes d'individus sont très différenciées. Les projections des types d'individus dans cet espace relationnel à trois dimensions (famille, amis, autres) sont tout à fait intéressantes (cf. Schéma 3.15). Elles permettent de regrouper les individus autour de cinq types de réseau de relation différents : un réseau plutôt fonctionnel, un réseau plutôt familial, un réseau fonctionnel et familial, un réseau plutôt amical, un réseau diversifié.

### 1) Homme aisé cherche correspondants fonctionnels :

Les hommes appartenant aux C.S.P. les plus aisées sont caractérisés par un réseau de relation téléphonique tourné vers des correspondants fonctionnels. Ces derniers représentent environ 40 % de leurs interlocuteurs. On retrouve ici un comportement téléphonique très orienté vers les relations professionnelles, les entreprises, et les organismes financiers. La place prépondérante du travail dans la vie quotidienne des cadres et professions libérales se répercute très clairement sur leur réseau de relation téléphonique.

Il convient ici de constater qu'en règle générale tous les hommes à l'exception des plus jeunes ont un réseau de relations plus fonctionnel que les femmes et que le degré de fonctionnalité de ce réseau décroît lorsque l'on passe des C.S.P. aisées aux C.S.P. modestes, des actifs aux inactifs, des adultes aux plus jeunes. Le degré de fonctionnalité d'un réseau de relation téléphonique est ainsi un très bon indicateur des responsabilités professionnelles et (ou) ménagères des individus.

### 2) Femme soixantaine recherche correspondants familiaux :

Le réseau de relation téléphonique des femmes de plus de soixante ans est très orienté vers la famille. Le téléphone est ici au sens propre le cordon ombilical qui relie les femmes les plus âgées à leurs enfants et à



leurs petits enfants.

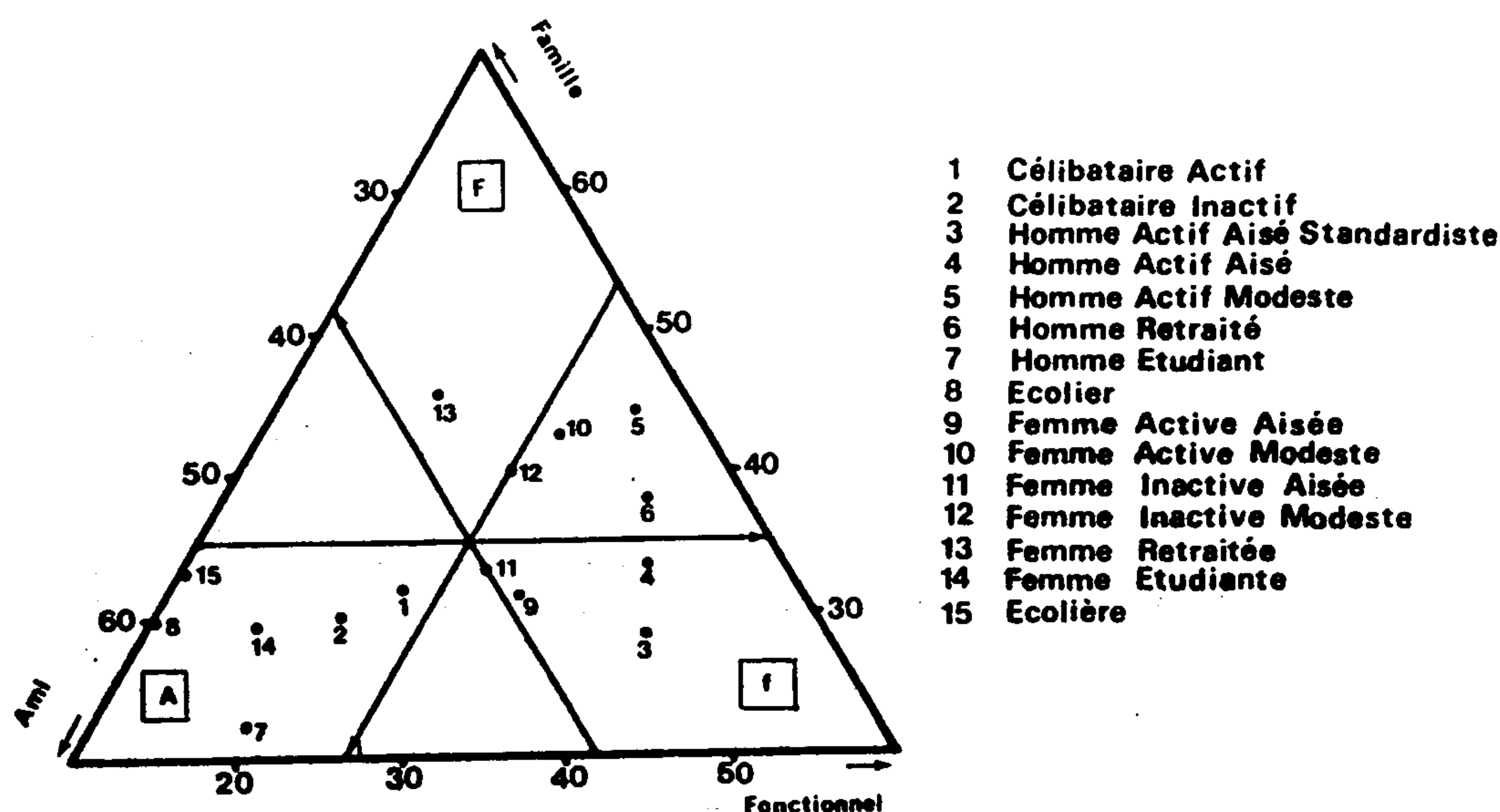


Schéma 3.15 : Structure de l'espace de relation des individus

Cependant, contrairement à ce que l'on aurait pu penser, ce ne sont pas exclusivement les femmes, ni exclusivement les plus âgées qui ont un réseau où la famille est surreprésentée. En effet, non seulement la famille est surreprésentée chez les retraités hommes et femmes, mais aussi chez les actifs de C.S.P. modeste (hommes ou femmes) et chez les femmes inactives appartenant à des ménages dont le chef de famille est lui-même de C.S.P. modeste.

### 3) Homme employé cherche interlocuteurs, amis s'abstenir :

La seule catégorie d'individus ayant une structure de réseau téléphonique mixte est le groupe des hommes employés-ouvriers qui ont les "attributs fonctionnels" liés à leur sexe et le penchant familial lié à leur position sociale.

### 4) Jeune, célibataire, cherche amis pour relations téléphoniques :

Les scolaires, les étudiants, les jeunes de plus de 18 ans résidant chez leurs parents et, dans une moindre mesure, les célibataires actifs ou inactifs ont un réseau de relations téléphoniques caractérisé par la place prépondérante occupée par les amis.

Rien d'étonnant en fait à ce que la sociabilité téléphonique des jeunes non mariés soit ainsi orientée vers les relations amicales. On retrouve ici un comportement relationnel assez caractéristique des célibataires en général qui compensent le plus souvent l'absence de conjoint, et valorisent fréquemment leur disponibilité, par leurs relations amicales.

### 5) Autre femme prête à discuter avec correspondants variés :

Les femmes actives cadres et professions libérales, ainsi que les femmes inactives de moins de 60 ans, et dans une moindre mesure, les céliba-

taires actifs ont un réseau de relations téléphoniques assez représentatif de la structure d'un réseau de relations diversifiées. Certes les femmes de position sociale aisée ont un réseau légèrement fonctionnel, les femmes inactives de position modeste, un réseau légèrement familial, et les célibataires actifs, un réseau légèrement amical, mais les différences ne sont pas suffisamment significatives pour être développées ici.

La diversité et l'équilibre relatifs du réseau de relations téléphoniques de ces personnes sont par contre beaucoup plus intéressants à commenter. Il semblerait en effet, que le réseau de relations téléphoniques des femmes soit, certes le résultat de leur propre réseau de relations, mais aussi et peut être surtout, le résultat de la prise en charge par les femmes mariées d'une partie au moins du réseau de relations du ménage. On retrouve ici l'idée d'interdépendances familiales dans la consommation téléphonique des individus. La non spécialisation du réseau de relations téléphoniques des femmes mariées de moins de 60 ans par rapport à la relative spécialisation du réseau de leur conjoint confirme en partie l'idée selon laquelle la gestion du réseau de relation du ménage est par certains égards une activité ménagère laissée-assumée-subie-revendiquée par les femmes.

Ainsi contrairement aux catégories précédentes, les femmes mariées de moins de 60 ans ne "recherchent" pas forcément des correspondants variés, car elles doivent, pour partie, s'entretenir avec des interlocuteurs divers.

L'analyse de la structure simplifiée des réseaux de relations téléphoniques des individus est donc très enrichissante dans la mesure où elle permet de mettre en exergue des réseaux très différenciés s'organisant en fonction du sexe, de l'âge, de l'activité ou de l'inactivité, et de la position sociale de l'individu. Le téléphone, comme révélateur de certaines pratiques communicationnelles des individus, n'est pas du tout neutre par rapport à cette mise en réseau. Il accompagne voire accentue, nous semble-t-il, les spécificités relationnelles de tel ou tel type d'individu. On devrait logiquement retrouver ces spécificités au niveau des fréquences de communication par type de correspondant.

## 2.2 - L'amplification par les fréquences

La fréquence hebdomadaire moyenne de communication par correspondant est de 1,5. Elle varie de 1,75 pour les membres de la famille à 1,5 pour les amis et 1,2 pour les autres correspondants.

Pour une analyse rapide des fréquences de communication sur laquelle nous aurons l'occasion de revenir par la suite deux remarques s'imposent. Premièrement les catégories d'individus qui utilisent le plus souvent le téléphone sont aussi celles qui ont les fréquences hebdomadaires de communication avec tel ou tel type de correspondant les plus élevées. Deuxièmement, si les spécificités relatives des réseaux de relation des différentes catégories d'individus se modifient pour partie par le biais des fréquences hebdomadaires de communication, elles ont généralement tendance à s'accroître.

Les fréquences de communication les plus élevées, sont le fait des



femmes inactives de moins de 60 ans et des célibataires inactifs. Si les hommes téléphonent moins que les femmes, c'est aussi parce qu'ils ont des fréquences hebdomadaires de communication par correspondant plus faibles, 1,3 contre 1,55.

Notons par ailleurs qu'à l'exception des plus jeunes, un individu téléphone en moyenne plus fréquemment à un membre de sa famille qu'à un ami ou une relation et bien évidemment à un ami qu'à un correspondant fonctionnel (12). Seuls les plus jeunes ont des fréquences de communication plus élevées avec leurs amis qu'avec leur famille. Leur pratique téléphonique accentue donc la spécificité de leur réseau de relations téléphoniques.

Les femmes se différencient des hommes par des fréquences de communication avec leurs correspondants familiaux plus importantes. Celles qui ont le réseau relativement le moins orienté vers la famille sont par contre celles qui ont les fréquences de communication avec leur famille les plus élevées.

En résumé, la prise en compte des fréquences hebdomadaires moyennes de communications téléphoniques aura pour effet d'accroître les disparités des niveaux de communication, d'augmenter l'importance relative de la famille dans le trafic téléphonique, et d'amplifier pour partie les spécificités de la consommation de telle ou telle catégorie d'individus par type de correspondants. On devrait retrouver la résultante de ces effets croisés dans les structures de consommation téléphonique par types de correspondant des différentes catégories d'individus.

### 2.3 - Des consommations par type de correspondant contrastées

L'analyse de la structure de la consommation téléphonique des individus selon le type de correspondant permet :

- d'une part de vérifier a posteriori les principales hypothèses développées lors de l'analyse de la structure physique des consommations ;
- d'autre part de repérer et de caractériser différentes catégories de sociabilité téléphonique.

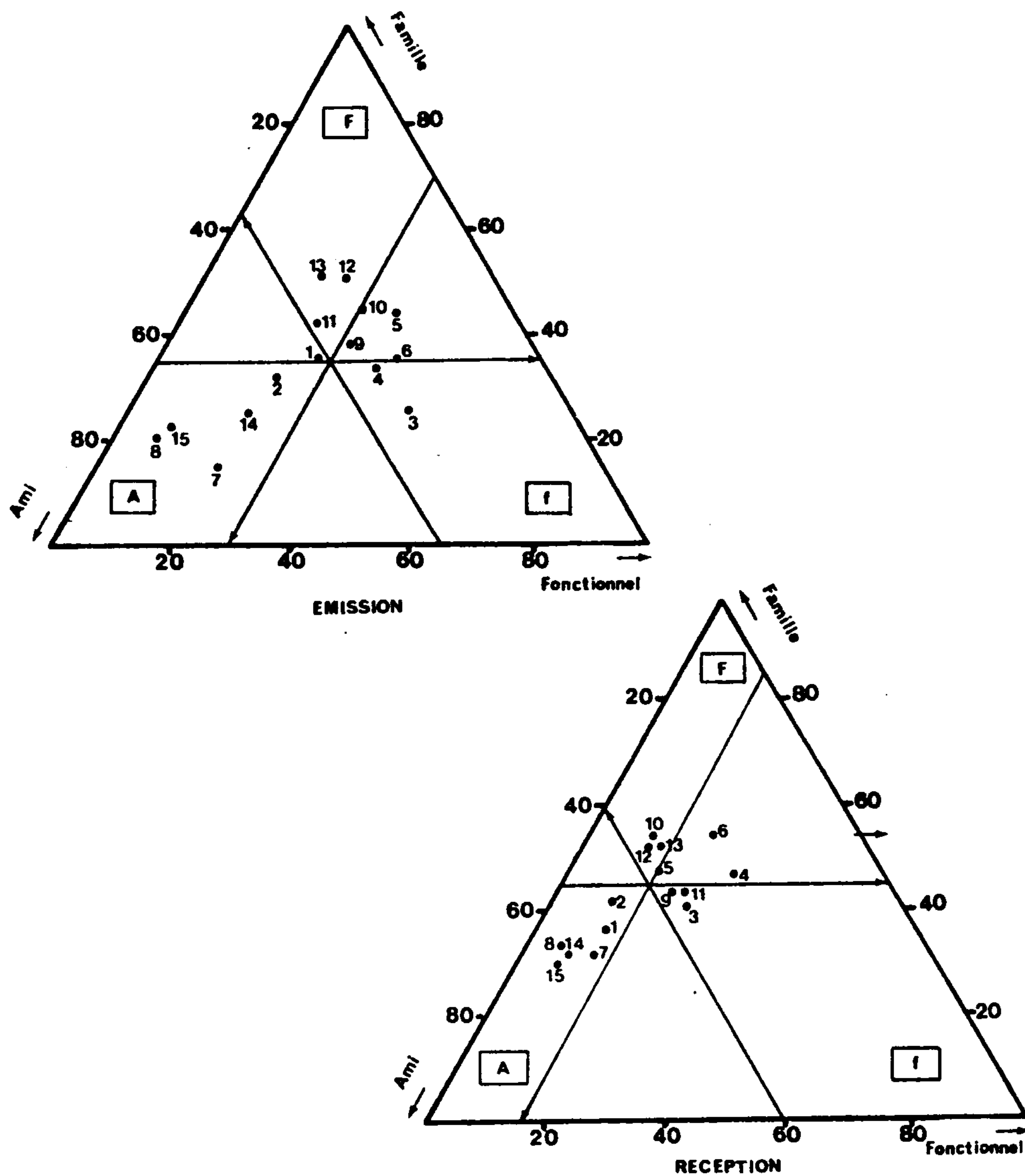
#### 1) La structure physique et son double : la structure relationnelle

Lorsque l'on examine les structures relatives des consommations téléphoniques des individus selon le type de correspondant, on retrouve les principales conclusions auxquelles nous étions parvenues précédemment. La première porte sur la nécessaire distinction entre émission et réception pour une analyse plus approfondie des pratiques téléphoniques. Si l'on compare la structure relationnelle de la consommation à l'émission et à la réception deux constatations s'imposent (cf. schéma 3.16) :

- premièrement, la structure relationnelle du trafic, quelle que soit la catégorie d'individus, se défonctionnalise lorsque l'on passe de l'émission à la réception, ou en d'autres termes les poids respectifs de la famille et des amis augmentent ; cela n'a rien de très étonnant puisque les individus appellent toujours plus les entreprises qu'ils ne sont contactés par ces dernières ;



SCHEMA 3.16 La sociabilité téléphonique



- 1 Célibataire Actif
- 2 Célibataire Inactif
- 3 Homme Actif Aisé Standardiste
- 4 Homme Actif Aisé
- 5 Homme Actif Modeste
- 6 Homme Retraité
- 7 Homme Etudiant
- 8 Ecolier
- 9 Femme Active Aisée
- 10 Femme Active Modeste
- 11 Femme Inactive Aisée
- 12 Femme Inactive Modeste
- 13 Femme Retraitée
- 14 Femme Etudiante
- 15 Ecolière

consommation avec bruit que l'on trouve à la réception, qui globalement réduit les spécificités propres à chaque catégorie d'individus.

Si la distinction entre émission et réception ne s'impose pas véritablement lorsque l'on examine les niveaux de consommation, elle se justifie par contre au plus haut point lorsque l'on analyse des structures où des spécificités de consommation. Nous en déduisons donc logiquement que l'analyse des spécificités structurelles de la consommation téléphonique de chaque catégorie d'individus doit porter sur sa consommation la plus spécifique à savoir ses communications émises.

La deuxième idée que l'on peut formuler, à la lecture de la structure relationnelle des consommations téléphoniques est la suivante : ce sont en général les catégories d'individus qui ont les structures relationnelles les plus spécifiques qui ont des structures émission-réception les plus déséquilibrées. On retrouve bien ici les catégories dénommées récepteurs (scolaires, étudiants, ...) caractérisées par un trafic très amical ; on retrouve clairement le trafic très fonctionnel des plus émetteurs, les hommes actifs standardistes "aisés". De même, on peut distinguer les catégories d'individus ayant la structure spatiale de trafic la plus polarisée (scolaires, étudiants ...) et la moins polarisée (retraité(e)s) en opposant les structures relationnelles les moins familiales aux plus familiales.

## 2) Quelques déterminants de la sociabilité téléphonique

Si on se limite à la structure relationnelle du trafic émis par les individus, on constate que leur sociabilité téléphonique s'organise dans l'espace tridimensionnel de leurs relations autour de deux axes (cf. schéma 3.16) :

- un axe où la part relative des correspondants fonctionnels est inférieure à la moyenne, où l'on passe d'une sociabilité téléphonique amicale à une sociabilité téléphonique familiale ;
- un axe où la part relative des correspondants amicaux est inférieure à la moyenne et où l'on passe d'une sociabilité téléphonique fonctionnelle à une sociabilité familiale.

Le premier axe relie progressivement les plus jeunes (scolaires, étudiants) caractérisés par une consommation téléphonique très orientée vers les amis (65 %), aux plus âgées (femmes de plus de 60 ans) caractérisées par une sociabilité téléphonique beaucoup plus familiale (50 %). On retrouve ici tous les inactifs (à l'exception des retraités hommes) qui ont relativement moins de communications avec des correspondants fonctionnels que les autres. Les individus ayant une consommation principalement amicale sont tous célibataires, alors que la famille reprend la priorité dès que les individus ont eux-mêmes fondé une famille. Enfin, à statut comparable, la famille occupe plus de place dans le trafic téléphonique des femmes que des hommes.

Le deuxième axe, caractérisé par un trafic amical relativement plus faible, relie progressivement les hommes les plus affairés (cadres supérieurs, ...) qui ont un trafic très orienté vers des correspondants fonctionnels, aux femmes les moins "actives" (retraitées, femmes au foyer) dont la consommation est structurellement plus familiale. Le long de cet axe on différencie assez facilement les hommes des femmes, les actifs des inactifs, et les C.S.P. modestes des C.S.P. aisées. Si le premier axe différenciait les structures relationnelles des

inactifs, ce deuxième axe différencie les structures relationnelles des adultes mariés ou vivant maritalement, ces deux axes se recoupant autour des femmes inactives mariées (types 11, 12, 13).

De manière synthétique, les principaux déterminants socio-économiques de la structure relationnelle de la consommation téléphonique des individus sont les suivants (13) :

- pour les sociabilités à distance plutôt amicales, le célibat, la jeunesse et l'absence d'activité professionnelle sont les trois attributs essentiels auxquels il convient d'ajouter le sexe qui hiérarchise les jeunes hommes et les jeunes filles ;
- pour les sociabilités téléphoniques plutôt fonctionnelles, le mariage ou le concubinage, le fait d'être de sexe masculin et actif sont les trois critères principaux ; la position sociale ou la catégorie socio-professionnelle de rattachement permettant une hiérarchie plus fine ;
- enfin, pour les pratiques plus orientées vers des correspondants familiaux, la vie maritale, le fait d'être femme et inactive sont les trois déterminants primordiaux, la position sociale ou la C.S.P. de rattachement permettant également de préciser l'importance relative de la famille.

Ainsi amical se conjugue-t-il avec adolescence, fonctionnel avec homme actif, et familial avec femme inactive. La sociabilité téléphonique semble à cet égard bien proche de la sociabilité au sens large des individus. Selon toute vraisemblance, on devrait retrouver et préciser ces spécificités grâce à l'analyse de la structure par motifs des consommations téléphoniques.

### 3 - CONTENU DES COMMUNICATIONS ET PRATIQUES TELEPHONIQUES

Le téléphone domestique remplit une triple fonction comme outil de discussion (échange de nouvelles, ...), d'information (échange d'information, de renseignement, ...) et de gestion (prise de rendez-vous, ...) dans les trois dimensions de la vie quotidienne d'un individu qui concernent respectivement sa vie privée (affective, physiologique, matérielle), sa vie active (professionnelle, scolaire, ...) et sa vie sociale (association, loisirs, invitation, ...).

On peut dès lors caractériser la structure de la consommation téléphonique d'un individu selon trois approches complémentaires qui font référence à la distribution de sa consommation selon :

- les trois fonctions du téléphone (discussion, information, gestion) ;
- les trois domaines à la vie quotidienne d'un individu (vie privée, sociale, active) ;
- les différents motifs de communication téléphonique retenus.



### 3.1 - Une triple fonction partagée

Si l'on s'intéresse à la consommation spécifique des différentes catégories d'individus (communications émises) selon la structure de l'usage qu'ils ont du téléphone comme outil de discussion, d'information et de gestion on est frappé par les disparités finalement assez limitées qui sont mises en valeur (cf. schéma 3.17). L'usage du téléphone comme outil de discussion, d'information et de gestion semble en effet assez bien partagé par l'ensemble des individus.

Certes des spécificités apparaissent. Elles permettent de distinguer :

- les adolescents de 13-18 ans qui privilégient l'échange d'information ;
- les jeunes hommes de plus de 18 ans ainsi que les célibataires actifs qui se servent plus fréquemment du téléphone comme outil de gestion de leurs activités ;
- les célibataires inactifs qui privilégient la fonction communication ;  
les hommes actifs standardistes de C.S.P. aisée qui développent un double usage du téléphone comme outil d'information et de gestion ;
- les femmes inactives modestes de moins de 60 ans qui privilégient un usage mixte, discussion-information.

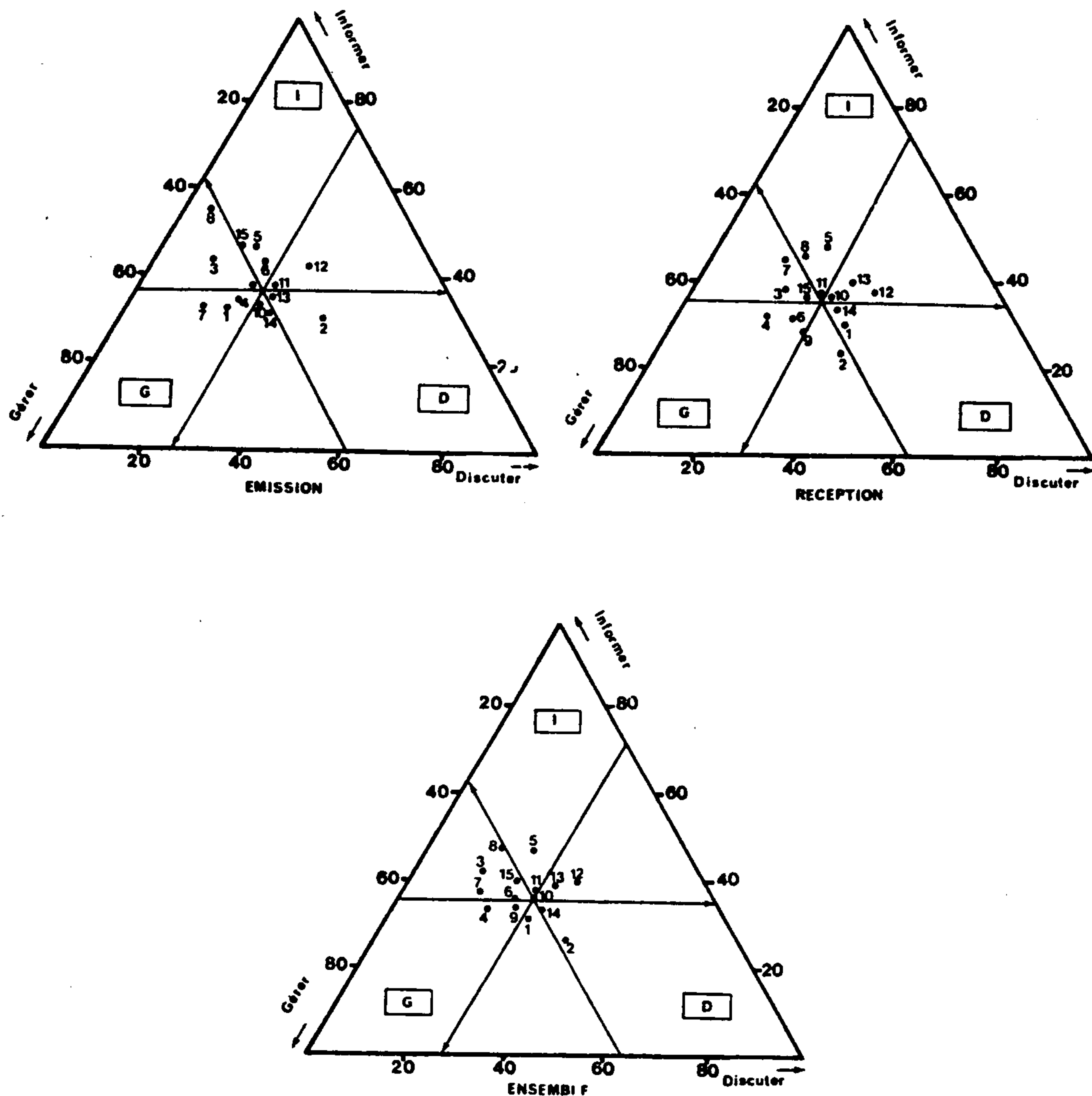
Par ailleurs, si les disparités entre les différentes catégories d'individus sont faibles, elles restent cependant interprétables. Il semble en effet que l'on puisse mettre en exergue plusieurs déterminants "partiels" de l'importance relative de telle ou telle fonction d'utilisation :

- tout d'abord, il convient de constater qu'à statut comparable les femmes privilégient toujours plus la fonction discussion que les hommes plus "attirés" par la fonction gestion ;
- en second lieu, à statut comparable, les adultes inactifs sont également plus tournés vers la discussion que les adultes actifs, plus orientés vers la gestion d'activités.

Ces deux constatations n'ont sur le fond rien de très étonnant puisqu'elles viennent confirmer certaines caractéristiques de consommation permettant de différencier très nettement les comportements téléphoniques des hommes et des femmes d'une part, des actifs et des inactifs d'autre part. Cependant, on resterait incomplet si l'on ne précisait que les écarts enregistrés sur l'usage du téléphone comme outil de communication peuvent aussi venir pour partie des stratégies de rationalisation et de valorisation a posteriori de leur communication par les enquêtés. En effet, plutôt que "d'avouer" ou de s'avouer qu'on a tout simplement téléphoné pour passer un moment avec quelqu'un voire, échanger des nouvelles, certaines catégories d'individus ne préféreront-elles pas déclarer s'être entretenues d'un problème ou avoir échangé des informations ? Ces comportements ne sont-ils pas assez naturellement plutôt masculins et plutôt jeunes ? Ne peut-on pas expliquer ainsi une partie du décalage existant entre les garçons scolaires qui s'informent pour 56 % de leur consommation et les célibataires inactifs vivant seuls (hors de tout contrôle familial sur le carnet de bord) qui discutent pour 41 % de leur consommation ?

Cette remarque ne remet pas en cause les résultats précédents,

SCHEMA 3.17 Une triple fonction partagée



- 1 Célibataire Actif
- 2 Célibataire Inactif
- 3 Homme Actif Aisé Standardiste
- 4 Homme Actif Aisé
- 5 Homme Actif Modeste
- 6 Homme Retraité
- 7 Homme Etudiant
- 8 Ecolier
- 9 Femme Active Aisée
- 10 Femme Active Modeste
- 11 Femme Inactive Aisée
- 12 Femme Inactive Modeste
- 13 Femme Retraîtée
- 14 Femme Etudiante
- 15 Ecolière



elle permet simplement de préciser que ces résultats portent non seulement sur l'usage qu'ont les individus du téléphone, mais aussi sur les représentations qu'ils se font ou qu'ils veulent donner de leur usage. Un moyen certes imparfait de s'affranchir de ces biais dus au recueil de données, est d'agréger la fonction discussion et la fonction information afin d'opposer deux types plus différenciés d'appels téléphoniques ; les communications qui servent à gérer, organiser, modifier des activités à réaliser et les communications qui sont en elles-mêmes une activité principale en train d'être réalisée. Ainsi, si l'on examine la structure de la consommation téléphonique des différentes catégories d'individus, selon ces deux types de communication, on retrouve la distinction entre hommes et femmes ainsi qu'entre adultes actifs et adultes inactifs. Par exemple, les hommes actifs "aisés" consacrent environ 45 % de leur consommation téléphonique à la gestion de leurs activités, alors que pour les femmes inactives rattachées à des C.S.P. modestes environ 74 % de leurs communications téléphoniques représentent une activité en tant que telle.

### 3.2 - Une triple affectation variée

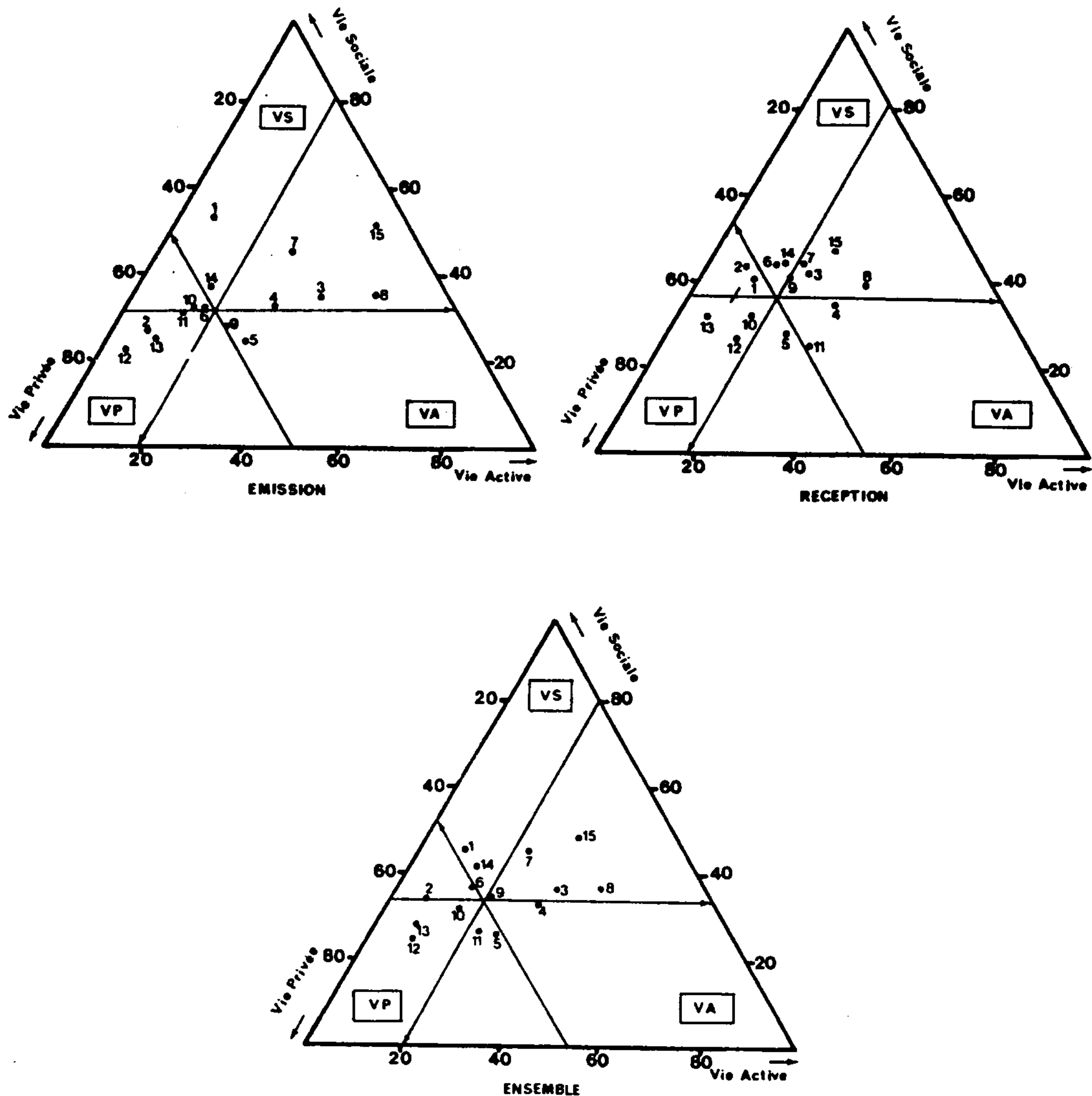
Si les trois fonctions principales du téléphone sont assez bien partagées quelle que soit la catégorie d'individus, l'affectation de la consommation à telle ou telle dimension de la vie quotidienne révèle de très fortes particularités. Nous ne retiendrons encore que le trafic spécifique des individus, c'est-à-dire l'ensemble de leurs consommations émises, puisque l'on peut à nouveau vérifier sans ambiguïté la présence de bruit à la réception, en comparant la dispersion de la population à l'émission et sa plus grande homogénéité relative à la réception (cf. schéma 3.18).

La projection de la structure de la consommation des différentes catégories d'individus dans un espace à trois dimensions - vie active, sociale, privée - donne des résultats tout à fait intéressants permettant de continuer à préciser les pratiques téléphoniques des individus. On peut ainsi distinguer cinq structures de consommation correspond à cinq types de comportement :

- les consommations privilégiant des activités ou des communications relatives à la vie privée (de 50 à 73 % de la consommation) qui rendent assez bien compte du comportement des femmes inactives qu'elles soient retraitées, femmes au foyer ou célibataires : les communications portent alors le plus souvent et dans l'ordre autour des problèmes de santé, puis d'affaires ménagères et de vie quotidienne du ménage, et enfin autour de problèmes personnels ou affectifs ; la sociabilité téléphonique est ici très interpersonnelle et relativement intravertie, autocentrée, réglée par des problèmes personnels concernant la vie privée de l'individu ou du ménage ;
- les comportements téléphoniques laissant plus de place à la vie sociale relativement aux deux autres dimensions de la vie quotidienne ; il s'agit pour l'essentiel des célibataires actifs vivant seuls dont près de 47 % des communications ont trait soit à des loisirs-distractions-sorties, soit à des invitations-visites ; à la différence des célibataires inactifs qui utilisent souvent leur téléphone pour combler un relatif manque relationnel grâce à la communication téléphonique, les célibataires actifs plus jeunes se servent plus fréquemment du téléphone comme outil leur permettant de préparer ou d'organiser des ac-



SCHEMA 3.18 Une triple affectation différenciée



- 1 Célibataire Actif
- 2 Célibataire Inactif
- 3 Homme Actif Aisé Standardiste
- 4 Homme Actif Aisé
- 5 Homme Actif Modeste
- 6 Homme Retraité
- 7 Homme Etudiant
- 8 Ecolier
- 9 Femme Active Aisée
- 10 Femme Active Modeste
- 11 Femme Inactive Aisée
- 12 Femme Inactive Modeste
- 13 Femme Retraitée
- 14 Femme Etudiante
- 15 Ecolière

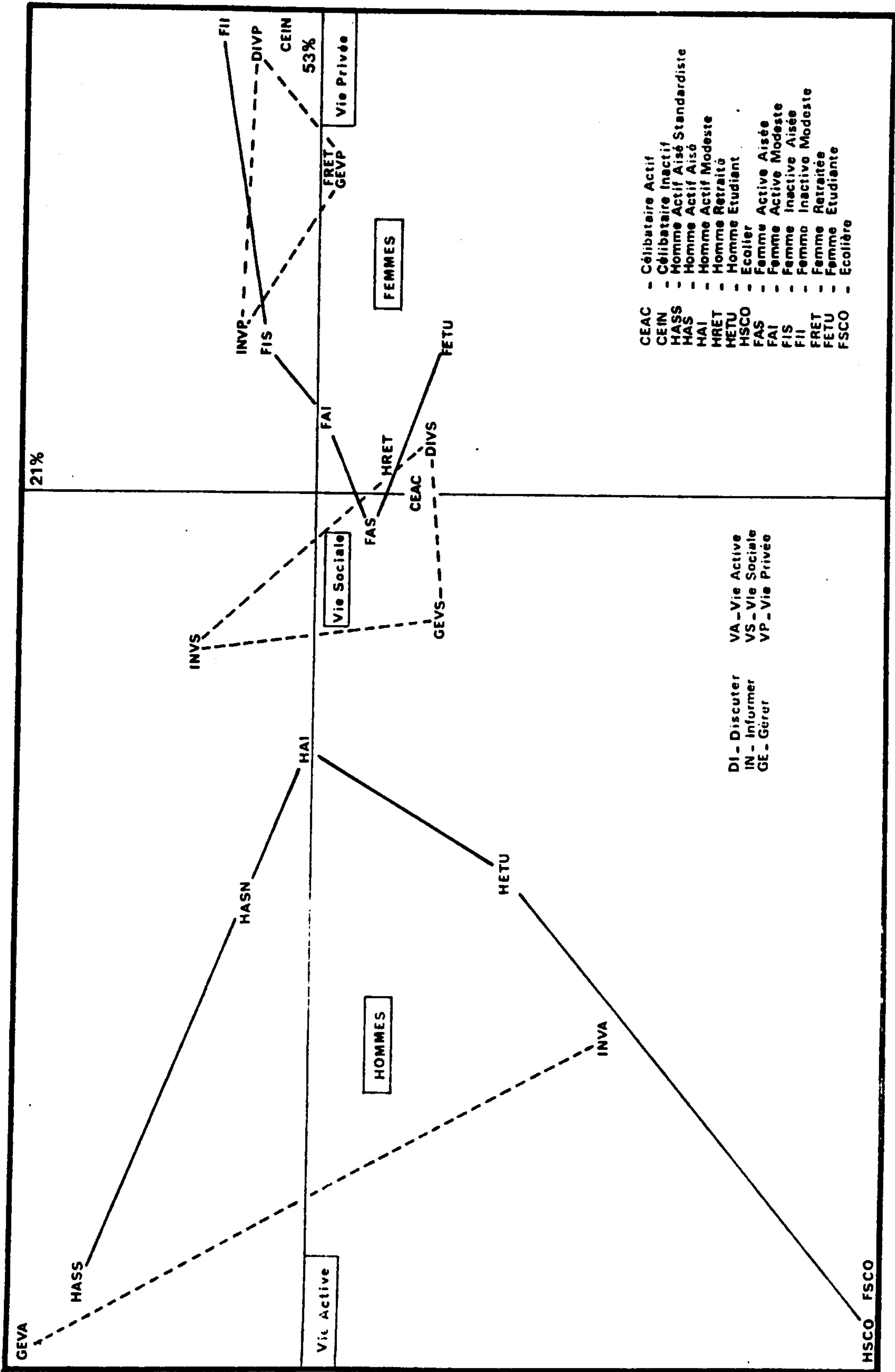
- tivités de loisirs et des rencontres face à face qui viendront alors compenser leur relatif isolement ;
- troisièmement, les consommations privilégiant la vie active qui rendent compte des comportements des hommes actifs ainsi que des scolaires ; on retrouve ainsi d'une autre manière, l'importance relative des correspondants fonctionnels pour les actifs dont 26 à 39 % des communications sont relatives à des affaires professionnelles et l'importante relative des copains pour les 13-18 ans dont plus de 40 % de la consommation téléphonique porte sur des problèmes scolaires ; signalons ici que plus la C.S.P. de rattachement des actifs est élevée, plus la vie active prend de l'importance dans leur usage du téléphone ;
  - quatrièmement, les pratiques mixtes favorisant la vie active et la vie sociale au détriment de la vie privée qui représentent les comportements des jeunes hommes de plus de 18 ans, étudiants pour l'essentiel, et des jeunes filles de 13-18 ans ; alors que les premiers consacrent 26 % de leur consommation spécifique à leurs études, les adolescentes y affectent 41 % de leur consommation, ces deux catégories réservant 36 % de leur activité téléphonique aux loisirs ;
  - enfin, les pratiques structurellement équilibrées quant à la répartition de leur consommation autour de la vie privée, sociale et active ; il s'agit pour l'essentiel des femmes actives, des hommes retraités et des étudiants ; certes les loisirs sont très présents chez les étudiantes (24 % de la consommation), la vie active chez les femmes actives de C.S.P. "aisée" (22 %), la santé et les affaires ménagères chez les autres femmes actives (35 %) ainsi que chez les retraités (30 %), mais les écarts par rapport à la structure moyenne restent faibles ; on retrouve ici, au moins en ce qui concerne les femmes actives le caractère assez diversifié de leur trafic téléphonique qui présente moins de particularités ; on retrouve implicitement l'idée selon laquelle le trafic des femmes serait la résultante certes de leur trafic personnel, mais aussi de leur prise en charge d'une partie du trafic d'intérêt collectif du ménage.

On peut ainsi affecter à chaque catégorie d'individus une activité ou un sujet de discussion privilégié : la santé pour les plus âgés, les études et les loisirs pour les plus jeunes, l'activité professionnelle pour les hommes actifs, les affaires ménagères et la vie quotidienne du ménage pour les femmes de moins de 60 ans, etc...

### 3.3 - De la typologie des motifs à la typologie des individus

Lorsque l'on confronte les structures de consommation téléphonique spécifique (émission) des différentes catégories d'individus selon leurs motifs de communication, on obtient des résultats synthétiques assez intéressants. La représentation spatiale sur les deux premiers axes de l'analyse factorielle de correspondances entre typologie des motifs et typologie des individus est donnée par le schéma 3.19. Le premier axe de l'analyse factorielle différencie nettement les pratiques téléphoniques structurées par la vie active, des pratiques déterminées par la vie privée, en passant par la vie sociale. Le second axe, quant à lui, semble plutôt différencier l'échange d'information et la gestion d'activité sans pour autant qu'il y ait d'ordre bien défini le long de cet axe.

SCHEMA 3.19 Typologie des individus et motifs de communication





Cela dit, de très nombreuses réflexions peuvent être formulées à la lecture de cette représentation spatiale. Nous nous limiterons ici aux principales. La première consiste à vérifier que si les pratiques téléphoniques sont assez bien différenciées selon les trois domaines de la vie quotidienne, elles le sont moins en ce qui concerne les trois fonctions, de discussion, d'information et de gestion. La deuxième permet de confirmer que les comportements téléphoniques des différentes catégories d'hommes sont beaucoup plus dispersés que les pratiques téléphoniques des femmes qui, rappelons-le, sont sans doute chargées d'une partie du trafic ménage (14).

Ces hypothèses vérifiées, une lecture rapide du schéma 3.19 permet d'opposer encore une fois les structures de consommation, des hommes et des femmes, des actifs ou assimilés et des inactifs, des cadres et des employés-ouvriers, des scolaires et des autres,...

Les hommes et les femmes ne se distinguent pas seulement par des niveaux de consommation très différents, mais aussi par des motifs de communication différenciés. La plupart des hommes (ainsi que les jeunes filles de 13-18 ans) sont caractérisés par des comportements téléphoniques structurés par la vie active et dans une moindre mesure par leur vie sociale privilégiant l'échange d'information et la gestion d'activités. En revanche, les femmes sont caractérisées par un usage du téléphone tourné vers la discussion pouvant porter, soit sur la vie privée, soit sur la vie sociale.

Les actifs et assimilés (étudiants, scolaires) ont également des pratiques téléphoniques assez différentes des inactifs (femmes au foyer, retraités). Evidemment, le poids de la vie active (professionnelle et scolaire) est toujours plus important dans leur consommation que dans celle des inactifs. Par ailleurs, il semble bien que cette spécificité soit d'autant plus marquée que la vie active détermine, structure, conditionne, encadre la vie quotidienne de ces individus. C'est ainsi que l'on doit à notre avis expliquer le poids très important d'activités ou de sujets relatifs à la vie active dans le trafic des cadres et des scolaires. Dès que les activités de l'individu sont plus diversifiées (étudiants par rapport à scolaires), ou dès que la vie professionnelle est moins structurante (employés par rapport à cadres), les communications téléphoniques s'orientent plus facilement vers la gestion de loisirs ou des discussions privées.

Enfin, les plus jeunes se différencient assez nettement des plus âgés. Les 13-18 ans ont une consommation très déterminée par leur vie scolaire. Le téléphone semble être pour eux un excellent outil leur permettant de travailler, de s'informer et de se renseigner à distance. En revanche, pour les plus âgés, l'usage du téléphone est beaucoup plus déterminé par leur vie privée, par l'échange de nouvelles et la discussion.

Ces quelques traits marquants sont bien évidemment corrélés à la structure de la consommation par correspondant de chaque catégorie d'individus. Afin de compléter ce tableau des pratiques et sociabilités téléphoniques, il convient d'examiner à l'aide de quelques indicateurs les représentations qu'ont ou que veulent donner les individus de leurs comportements téléphoniques.

#### 4 - DES STRUCTURES DE REPRESENTATION DES PROCESSUS DE VALORISATION

L'objectif de cette étude ayant été de repérer, de caractériser et d'expliquer les pratiques téléphoniques des individus, nous n'avons que très peu d'information sur les représentations qu'ils se donnent de leurs comportements. C'est pourquoi de ce paragraphe se limitera à quelques réflexions très simples permettant de repérer et de signaler quelques tendances structurelles autour de deux indicateurs relatifs à la perception, du degré d'urgence et du caractère plus ou moins indispensable des communications téléphoniques.

Globalement, si les communications téléphoniques ne sont pas très urgentes (73 %), plus de la moitié d'entre elles sont plutôt indispensables (54 %) pour les abonnés. En d'autres termes, si environ les trois quart du trafic téléphonique pourraient être assez facilement différé dans le temps, plus de la moitié ne pourrait être, en aucun cas, différée très longtemps. Pour qui en aurait douté, il se passe donc des choses jugées importantes sur le réseau téléphonique domestique. Cependant, si le branchement sur le réseau est le plus souvent indispensable, les communications qui y transitent ne le sont pas systématiquement.

	TRAFFIC TOTAL			TRAFFIC HORS CORRESPONDANTS FONCTIONNELS		
	Donné	Reçu	Total	Donné	Reçu	Total
Urgent	29	24	27	23	21	22
Non Urgent	71	76	73	77	79	78
Indispensable	60	47	54	53	43	48
Non Indispensable	40	53	46	47	57	52

Tableau 3.6 : Perception du trafic

Derrière ces valeurs moyennes se cachent en fait des représentations assez différenciées des communications émises et du trafic reçu par les individus. En effet, quel que soit le type d'individu, les communications données sont presque toujours perçues comme étant plus urgentes et indispensables que les communications reçues (cf. Tableau 3.6).

Les différences les plus nettes portent sur le caractère relativement indispensable du trafic à l'émission (60 %) par rapport à la réception (47 %). Pour expliquer cette différence, quatre hypothèses complémentaires peuvent être avancées :



- la première permet d'attirer l'attention sur le fait qu'il est a priori plus facile de juger du caractère plus ou moins urgent et indispensable d'une communication à l'émission qu'à la réception ;
- la seconde consiste à rappeler qu'il existe un certain bruit à la réception, certaines communications n'étant pas toujours destinées ou même souhaitées par la personne qui a répondu ;
- la troisième permet de rappeler que les communications avec les correspondants fonctionnels (entreprises, relations professionnelles) sont plutôt à l'émission qu'à la réception, ces communications étant relativement plus urgentes et indispensables que les autres ;
- la dernière hypothèse, sans doute la plus pertinente compte tenu des deux précédentes, consiste à penser que les individus ont souvent une perception relativement plus valorisée et valorisante des communications téléphoniques qu'ils donnent. En effet, après avoir décompté les communications avec les correspondants fonctionnels, la survalorisation relative du trafic émis subsiste (53 % indispensable contre 43 % à la réception) quelle que soit la catégorie d'individu retenue.

Cette valorisation systématique du trafic émis par rapport au trafic reçu ne se fait pas toujours avec la même amplitude. En effet, on constate que les hommes valorisent en général plus leur trafic spécifique (émis) que les femmes. Par le jeu croisé des représentations et des processus de valorisation, on arrive en fait au paradoxe suivant : le trafic émis revêtirait un caractère plus impératif, nécessaire, indispensable et urgent pour les hommes que pour les femmes et inversement pour le trafic reçu.

Lorsqu'on se limite au trafic émis, un deuxième paradoxe apparent mérite d'être signalé puisque ce sont en général les catégories d'individus qui ont les communications relativement les plus urgentes qui ont aussi le trafic relativement le moins indispensable, et vice versa. En fait, derrière ce paradoxe se profilent deux comportements ou deux représentations différentes des pratiques téléphoniques :

- les comportements ou les représentations des personnes les plus affairées (cadres, patrons, femmes de cadres, ...) qui considèrent que leurs pratiques téléphoniques s'articulent autour de communications urgentes, par voie de conséquence indispensables, mais aussi, pour une large part, autour de communications moins utilitaires, moins indispensables, plus conviviales, ... ;
- les comportements ou les représentations des personnes plus modestes (employés, ouvriers, ou femmes d'employés, ouvriers, ...) qui déclarent avoir finalement peu de communications urgentes mais beaucoup plus de communications indispensables ; on retrouve ici, une perception plus utilitaire du téléphone ainsi qu'une représentation de la consommation téléphonique laissant moins de place à la communication distraction ou détente ; cette perception expliquerait sans doute pour partie la sous-consommation relative de cette population par rapport aux catégories les plus aisées.

Ainsi derrière les représentations des communications téléphoniques, leurs structures physiques et relationnelles, leurs contenus se profilent assez clairement les déterminants socio-économiques de différentes pratiques et sociabilités téléphoniques. Ce sont ces déterminants et ces pratiques qu'il convient à ce stade, de présenter de manière synthétique.



## **5. DES DETERMINANTS SOCIO-ECONOMIQUES AUX PRATIQUES TELEPHONIQUES**

Avant d'exposer les caractéristiques essentielles des pratiques téléphoniques des individus, il convient d'examiner les principaux déterminants de ces pratiques. En d'autres termes, si la démarche d'investigation scientifique est éminemment un processus itératif entre repérage de déterminants et détection de pratiques, la logique d'exposition nous conduira à passer des premiers aux seconds, des déterminations socio-économiques aux pratiques, du social au communicationnel, de l'image de la société donnée par le téléphone aux usages du téléphone dans la société.

### **5.1 - Le téléphone domestique : un miroir déformant des structures sociales**

La démarche que nous avons suivie pour repérer et expliquer différentes structures de consommation téléphonique est à certains égards assez simple. Nous sommes en effet partis du postulat selon lequel on pourrait repérer et expliquer des structures de consommation sur la base d'une macrovariable, d'une typologie d'individus, opérationnelle pour repérer et expliquer des niveaux de consommation téléphonique. La simplicité toute relative de cette démarche vient souvent du fait que le repérage et l'explication des phénomènes observés sont réalisés à partir de la même variable. Ce premier travail réalisé, la question est alors de savoir si les déterminants retenus sont effectivement satisfaisants, ou en d'autres termes si l'on retrouve des structures synthétiques et problématiques de consommation suffisamment différenciées qui puissent être interprétées.

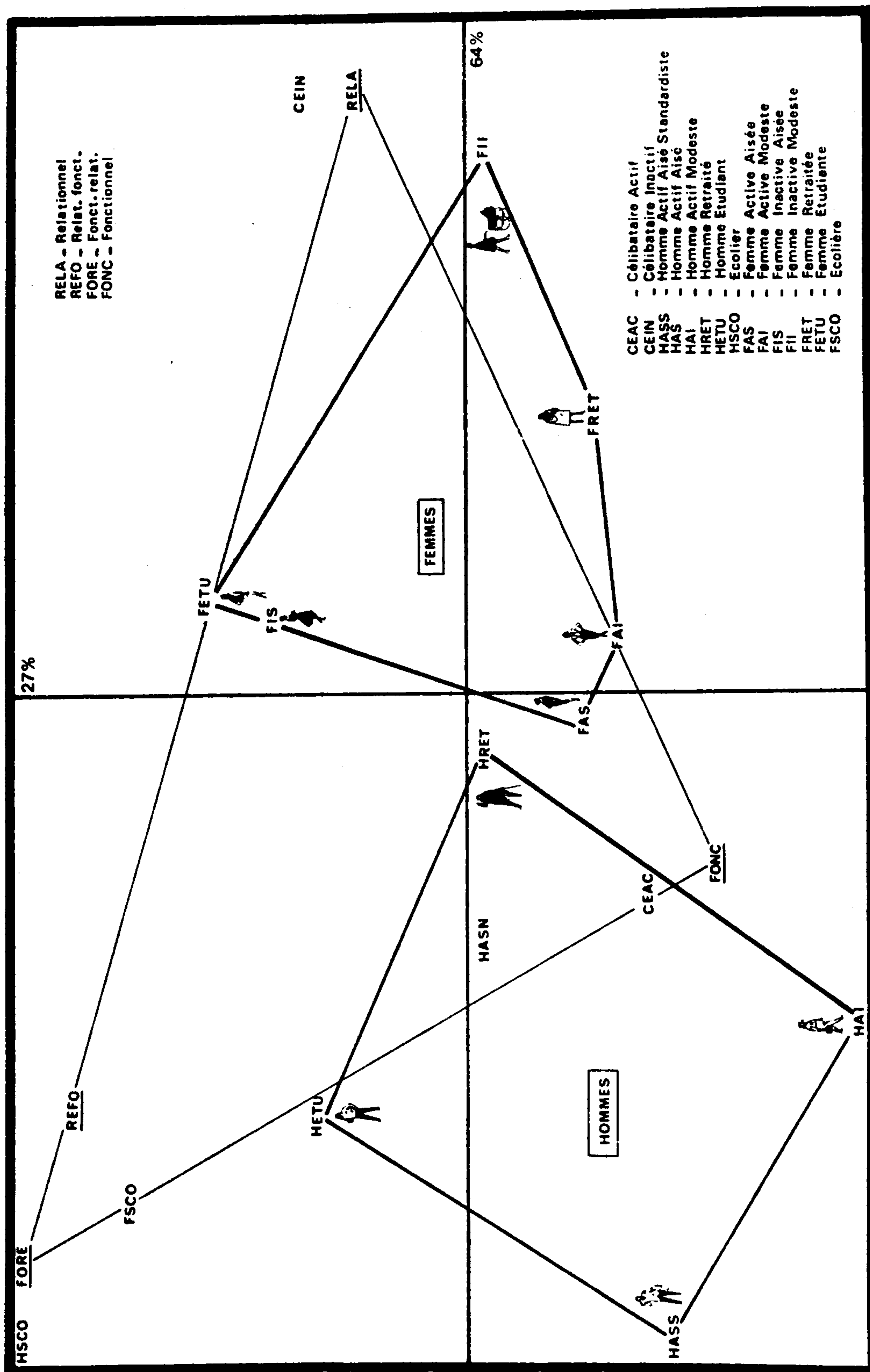
La typologie des communications proposée à l'issue de l'analyse du trafic, permet de distinguer quatre catégories de communication téléphonique - relationnelle pure, à dominante relationnelle, à dominante fonctionnelle, fonctionnelle pure et répond assez bien à cet objectif (15) :

- elle est synthétique puisqu'elle agrège les motifs et les correspondants c'est-à-dire les deux principales caractéristiques des pratiques téléphoniques (pourquoi et avec qui l'on téléphone) ;
- elle est problématique car elle permet d'opposer au moins deux types d'usage du téléphone : l'usage relationnel et l'usage fonctionnel.

La démarche que nous avons retenue a alors été de croiser cette typologie synthétique du trafic émis et la typologie des individus (16). Les résultats obtenus à l'aide de l'analyse factorielle des correspondances type de trafic-type d'individus sont présentés dans les graphiques 3.20 à 3.24.

A la lecture de ces résultats, on constate que les pratiques téléphoniques des individus s'organisent autour d'un triangle dont les sommets permettent de différencier assez nettement les pratiques relationnelles, les pratiques fonctionnelles et les pratiques mixtes dont les principaux déterminants sont dans l'ordre d'importance : le sexe, l'activité, l'âge, la C.S.P. de rattachement

**SCHEMA 3.20** Sexe et pratiques téléphoniques



et le cycle de vie.

### 1) Les hommes et les femmes

Les hommes et les femmes ne se distinguent pas seulement par des niveaux de consommation très différents, mais aussi par des pratiques communicationnelles opposées (cf. schéma 3.20). En effet, à l'exception des plus jeunes (13-18 ans), les hommes et les femmes ont, quel que soit leur statut, des structures de consommation téléphonique disjointes.

Les hommes sont caractérisés par une pratique téléphonique très fonctionnelle, leurs communications strictement fonctionnelles ou à dominante fonctionnelle représentent de 60 à 75 % de leur consommation. Leur usage du téléphone est donc très marqué par la gestion d'activité et notamment de leur activité professionnelle ou scolaire.

Les femmes sont par contre caractérisées par une pratique beaucoup plus diversifiée qui laisse plus de place à l'usage relationnel du téléphone. La discussion, l'échange de nouvelles avec la famille ou les amis, ne sont pas réduits à un rôle marginal. Les communications fonctionnelles sont également très importantes dans les comportements des femmes puisqu'elles représentent de 50 à 60 % de leur consommation. Cependant, ces communications fonctionnelles, sont par rapport aux hommes, très nettement orientées vers la gestion de la vie privée (santé, affaires ménagères, achats) et la gestion de la vie sociale (loisirs, invitation). En d'autres termes le trafic fonctionnel des femmes est le plus souvent un trafic d'intérêt collectif pour le ménage, alors que le trafic fonctionnel des hommes est beaucoup plus personnalisé (gestion de leur vie active).

Cela signifie que, si les pratiques téléphoniques spécifiques des hommes sont très fonctionnelles, les pratiques les plus spécifiques des femmes sont sans doute plus relationnelles qu'il n'y paraît. On vérifie parfaitement ces tendances lorsque l'on compare le comportement des célibataires actifs (50 % hommes - 50 % femmes) et des célibataires inactifs (85 % femmes) puisque l'on retrouve les premiers à mi-chemin entre les hommes et les femmes et les seconds très orientés vers des pratiques relationnelles.

### 2) Les actifs et les inactifs

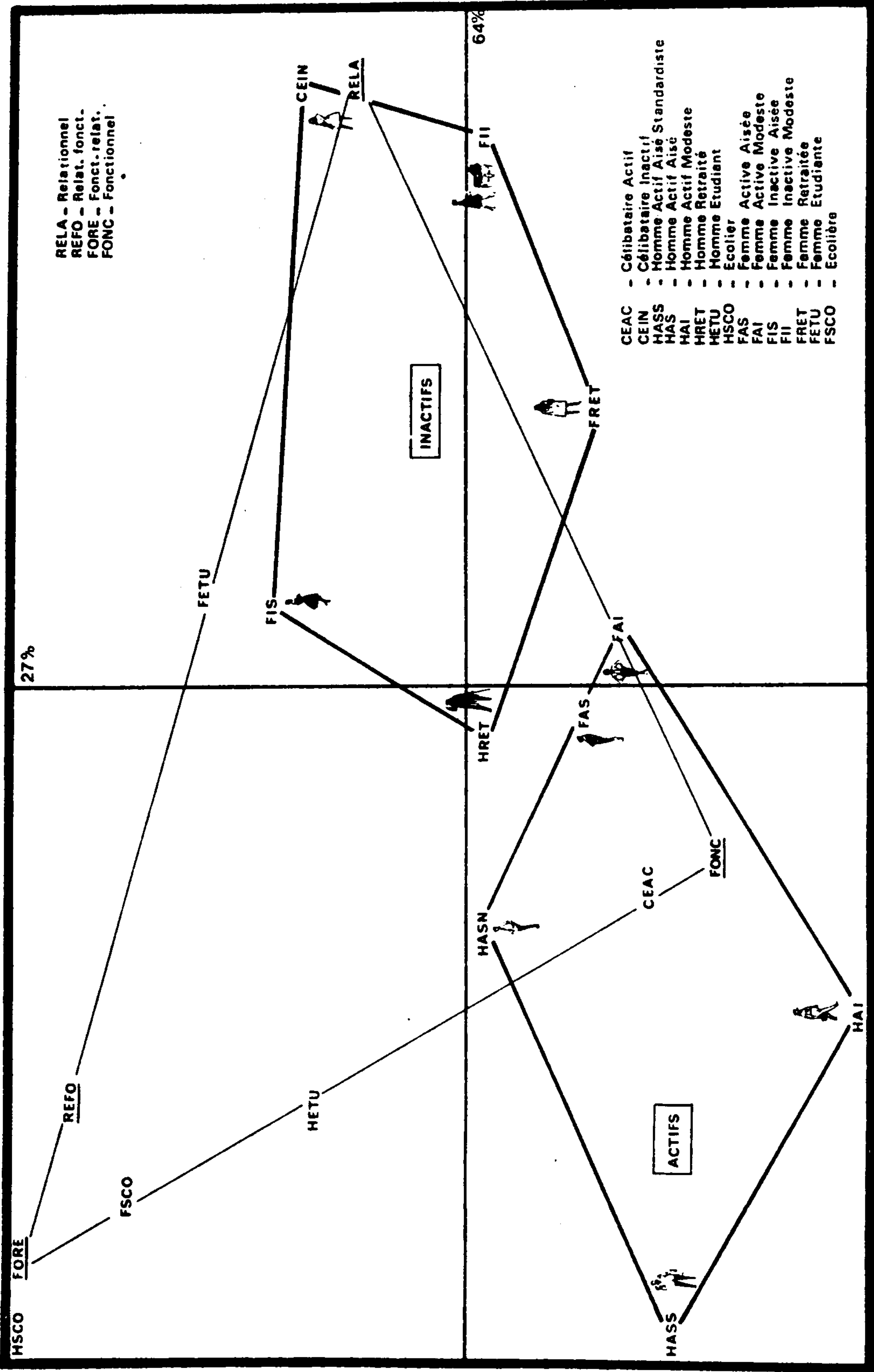
Si le sexe est la première variable socio-économique déterminante des pratiques téléphoniques, la présence ou l'absence d'activité professionnelle dans la vie quotidienne des individus modifie également assez sensiblement leurs comportements. On retrouve en effet à nouveau deux groupes disjointes : les adultes actifs et les adultes inactifs.

Les actifs sont ainsi caractérisés par des pratiques téléphoniques fonctionnelles, alors que les inactifs ont des comportements nettement plus relationnels quel que soit le statut de l'individu. Ainsi 60 % des communications téléphoniques des femmes actives sont fonctionnelles alors que 52 % du trafic des femmes inactives l'est; les célibataires actifs ont des pratiques très différentes des célibataires inactifs (66 % de communications fonctionnelles contre 47 %).

L'activité professionnelle, les contraintes qui pèsent sur l'emploi du temps des actifs et les multiples activités qu'ils doivent réaliser expliquent cette



SCHEMA 3.21 Activités et pratiques téléphoniques



orientation fonctionnelle de leurs comportements téléphoniques. S'ils téléphonent généralement moins que les adultes inactifs, cette sous-consommation se fait au détriment des communications les plus relationnelles, puisqu'ils doivent comme les autres assurer pour partie le bon fonctionnement de leur ménage. Il est intéressant de noter que ces contraintes jouent exactement dans le même sens et avec une amplitude comparable pour les hommes et les femmes.

En revanche, les femmes au foyer et les retraités ont certes une utilisation fonctionnelle assez importante, mais leurs pratiques sont nettement plus relationnelles. Outre le fait que ces personnes disposent de plus de temps pour le bavardage et la discussion, il semble surtout que le téléphone soit un moyen leur permettant de compenser l'isolement relatif dans lequel elles se trouvent et qui les privent assez souvent de contacts et de relations interpersonnelles.

Dans les deux cas l'usage du téléphone apparaît comme une réponse à des contraintes liées au mode de vie des individus :

- contrainte de temps pour les actifs, d'où une gestion à distance de certaines activités et une propension et à la relation, à la discussion téléphonique plus faible ;
- contrainte de relatif isolement pour les inactifs d'où une propension à la communication relationnelle plus importante.

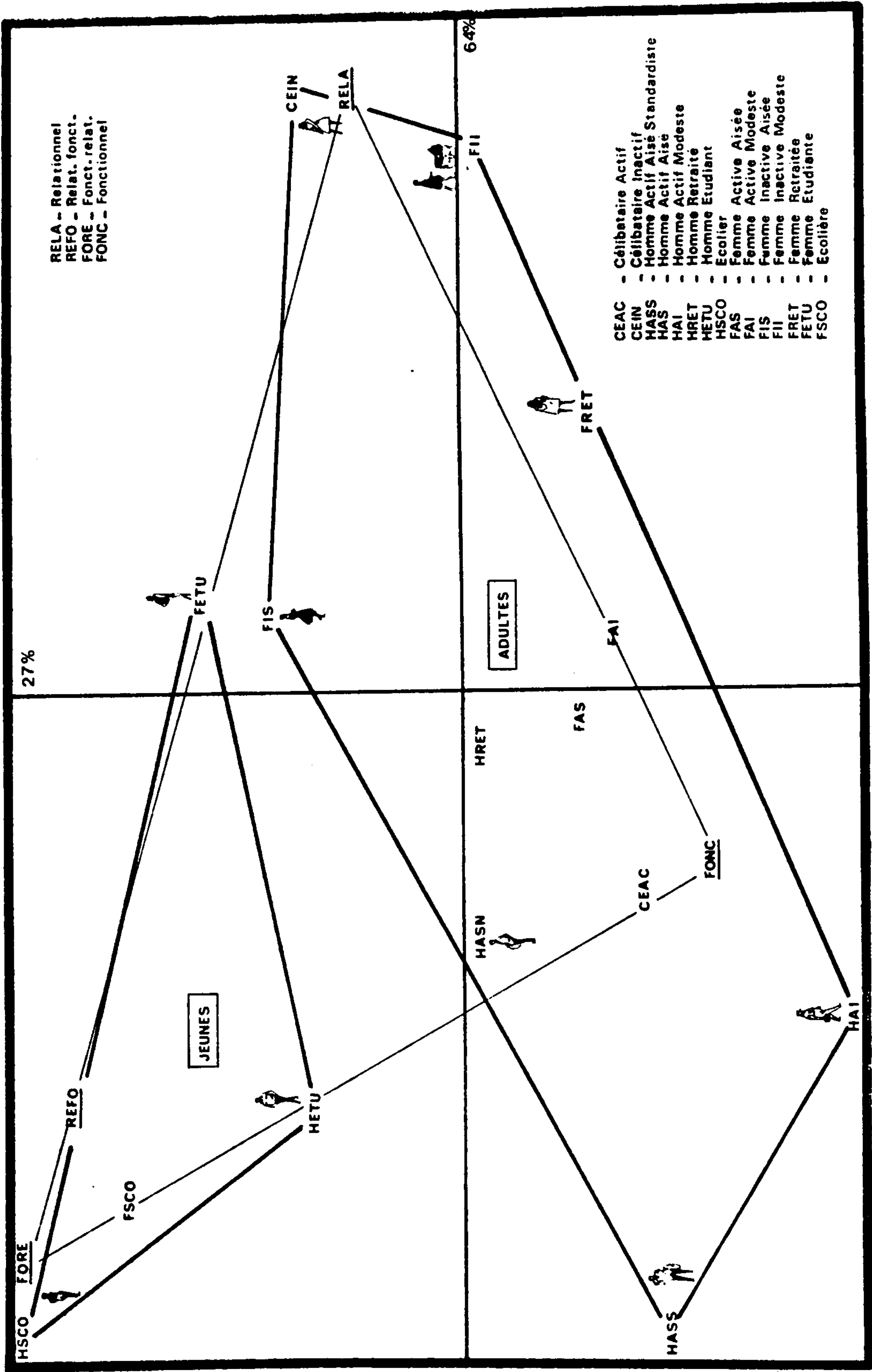
### 3) Les jeunes et les adultes

Après le sexe et le travail, le troisième déterminant assez marquant des pratiques téléphoniques concerne l'âge ou plus exactement la distinction entre les plus jeunes (scolaires, étudiants, autres jeunes gens vivant chez leurs parents) et les adultes (cf. schéma 3.22). Non seulement les plus jeunes téléphonent moins que leurs parents, mais leurs structures de consommation sont très spécifiques.

En effet, les plus jeunes semblent avoir des pratiques téléphoniques assez caractéristiques, dans la mesure où le trafic mixte (à dominante fonctionnelle ou relationnelle) est toujours plus important que chez les adultes. Le comportement le plus extrême dans ce domaine est celui des jeunes garçons de 13-18 ans pour lesquels le trafic mixte représente les deux tiers de leur consommation. Pour expliquer cette importance du trafic mixte, il suffit de constater, que pour les plus jeunes, le processus de division technique et sociale de la sociabilité est loin d'être achevé. En effet, à l'exception de la famille dont la place, le rôle et les attributions sont définies dès le plus jeune âge, il n'y a pas encore chez les plus jeunes de distinction très marquée entre relations de travail et relations amicales. Les copains sont à la fois les amis et les relations "professionnelles", d'où des communications souvent au double contenu fonctionnel et relationnel : fonctionnel car les activités liées à la scolarité sont le plus souvent présentes dans leur discussion et relationnel car cette discussion porte aussi sur d'autres aspects plus interpersonnels ... Il convient de ne pas négliger les conditions de passation du carnet de bord, qui était potentiellement soumis au contrôle des parents, et qui ont pu induire des processus de rationalisation a posteriori des communications, afin de transformer le relationnel, le divertissement, le sentimental, en fonctionnel, utilitaire et nécessaire.

Cela dit, on retrouve chez les plus jeunes le rôle du sexe, car si

SCHEMA 3.22 Age et pratiques téléphoniques





l'on ventile leur trafic mixte entre les deux types de pratiques, relationnel-fonctionnel, on observe que les jeunes garçons ont toujours des pratiques plus fonctionnelles (60 à 65 %) que les jeunes filles (56 à 60 %).

#### 4) Les "aisés" et les "modestes"

La C.S.P. comme indicateur certes imparfait de la position sociale de l'individu, de son degré d'implication dans la vie active, de la place qu'occupe le travail dans sa vie quotidienne semble également jouer un rôle non négligeable pour structurer les comportements téléphoniques des individus.

En effet, si l'on compare les structures de consommation des patrons, cadres et professions libérales, aux structures de consommation des employés-ouvriers, hommes ou femmes (ou épouse de ...), on constate toujours la même différence entre le trafic plus fonctionnel des premiers et les communications plus relationnelles des seconds. Ce décalage entre ces deux catégories d'individus vient principalement du fait que les cadres ont plus de communications fonctionnelles que les employés-ouvriers, alors qu'ils ont souvent autant, si ce n'est plus, de communications relationnelles dans la mesure où ils ont une sociabilité plus amicale et moins familiale.

Ce différentiel de structure entre cadres et employés vient essentiellement d'un engagement dans l'activité professionnelle souvent plus fort, de contraintes d'emploi du temps plus lourdes qui les conduisent assez souvent à gérer à distance leurs activités. Cet écart est certes moins important pour les femmes actives, sans doute parce que leur statut de femme doublement active (travail + ménage) est plus important dans leurs pratiques téléphoniques que leur seul statut professionnel. En revanche l'écart s'accroît entre femmes au foyer dont le mari est cadre et femmes au foyer dont le mari est employé-ouvrier. Deux interprétations hypothétiques peuvent être formulées pour justifier cet écart :

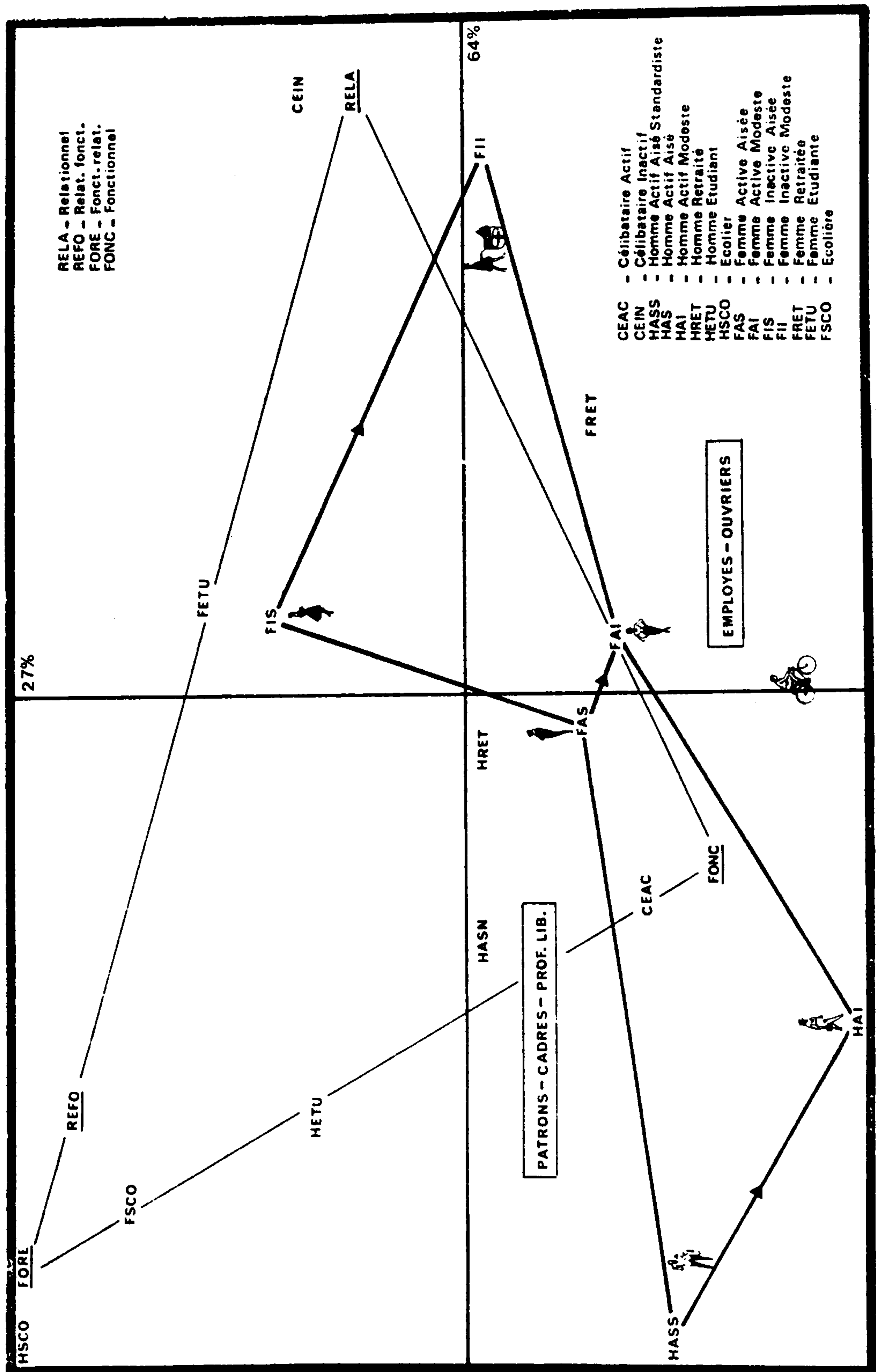
- premièrement, les femmes de cadres ont un mode de vie sans doute très différent des femmes d'employés ou d'ouvriers dans la mesure où elles ont souvent des activités extra-ménagères plus diversifiées qu'il convient d'organiser, de préparer, de gérer ;
- deuxièmement, il n'est pas rare que les femmes de patrons ou de professions libérales soient impliquées plus ou moins directement dans la gestion de l'activité professionnelle de leur mari, ce qui induit évidemment un trafic fonctionnel supplémentaire.

Signalons enfin pour illustrer les effets cumulés du sexe, de l'activité et du statut professionnel que les pratiques les plus différenciées sont celles des hommes actifs cadres (74 % de communications fonctionnelles) et des femmes inactives dont le mari est employé ou ouvrier (50 % de communications relationnelles).

#### 5) Le cycle de vie

Les effets du cycle de vie sur les comportements des individus sont toujours difficiles à cerner à l'aide d'une photographie à un instant donné d'une population, car l'évolution des mentalités, de la culture, de l'intégration d'un outil technique dans les modes de vie fait qu'il est relativement improbable qu'un étudiant d'aujourd'hui se comporte à l'âge de sa retraite comme un re-

SCHEMA 3.23 C.S.P. et pratiques téléphoniques



traité d'aujourd'hui.

Cependant, compte tenu de la relative résistance au changement des comportements sociaux, plusieurs hypothèses peuvent être formulées quant à l'évolution des pratiques téléphoniques lors de différentes étapes du cycle de vie d'un individu. Pour cela nous avons retracé deux itinéraires ; celui d'un écolier, devenant étudiant, puis cadre supérieur et enfin retraité ; celui d'une lycéenne, devenant étudiante puis cadre et enfin retraitée (cf. schéma 3.24). L'évolution des pratiques téléphoniques de ces deux individus au cours de leur vie semble confirmer la relative "proximité" de leurs itinéraires téléphoniques, aux différences de sexe près.

Les jeunes lycéens ont des pratiques relativement proches. A cet âge, la différence de sexe ne joue pas trop, ils sont adolescents avant d'être sexués ; les amis et l'école sont leur univers. Lorsqu'ils deviendront étudiants, leur chemin commencera à diverger, bien que leurs pratiques téléphoniques aient tendance à laisser plus de place aux communications relationnelles et à se rapprocher des comportements de leurs aînés. Les étudiants se rapprochent des hommes "d'âge mur" et les étudiantes se rapprochent très nettement des femmes. Tout se passe comme si les adolescents devenaient des hommes et les adolescentes des femmes, y compris au téléphone. Lorsqu'ils auront fini leurs études, qu'ils travailleront, leurs pratiques téléphoniques deviendront de plus en plus fonctionnelles et les disparités de comportement entre sexes augmenteront. Les cadres gèreront leurs activités professionnelles alors que les femmes cadres auront un comportement assez diversifié. Enfin, le chemin de la retraite se traduira apparemment par un même mouvement de leurs pratiques vers un usage plus relationnel du téléphone ; cette évolution sera beaucoup plus marquée chez les hommes que chez les femmes. Pour la première fois de leur existence les hommes auront une pratique et une sociabilité téléphoniques équilibrées et comme à leur plus jeune âge, leur comportement sera structurellement assez proche de celui de leurs homologues féminins.

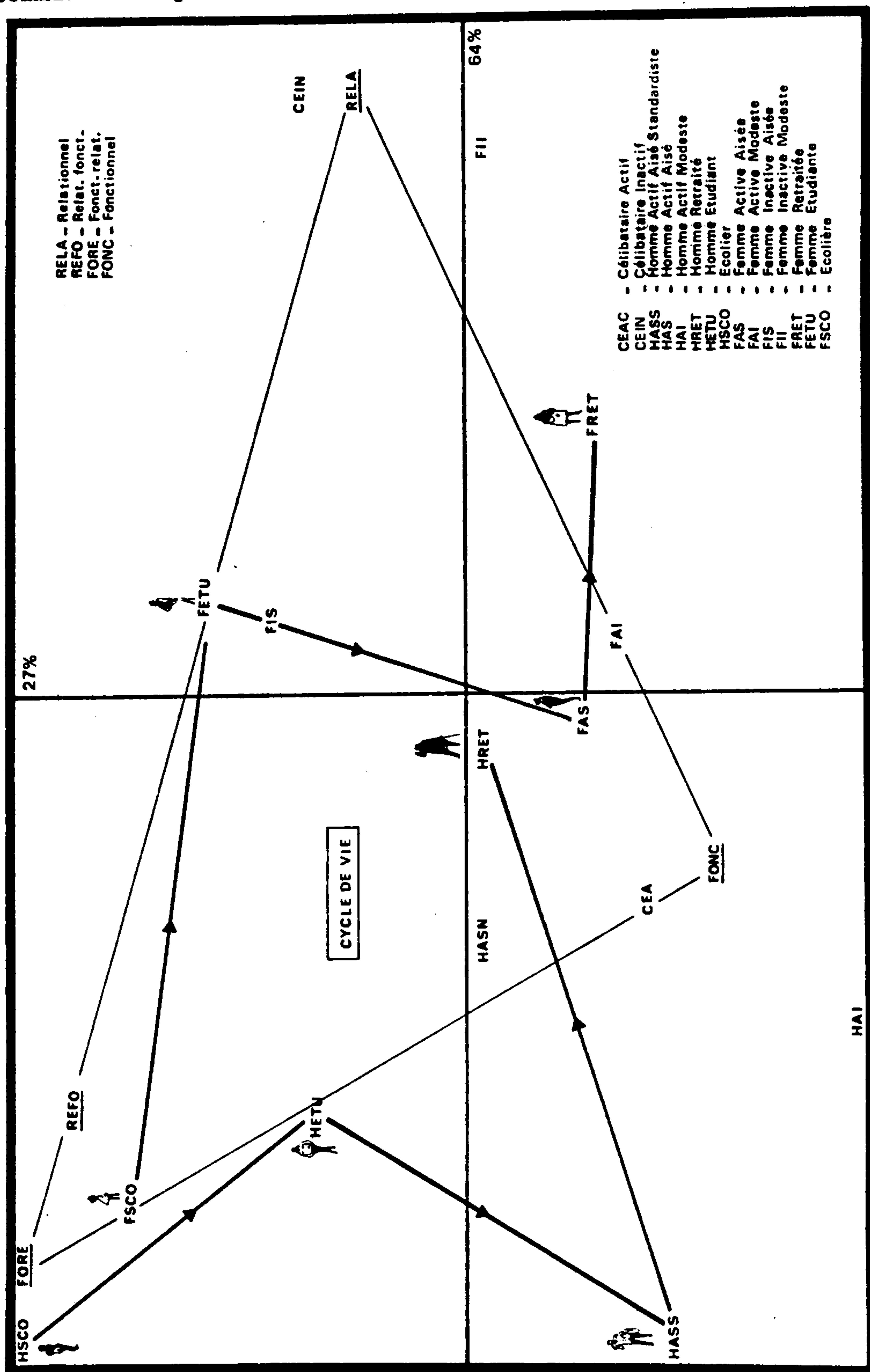
Heureusement derrière cette tranche de vie caricaturale, il existe d'innombrables variantes laissant place aux initiatives individuelles. Le sexe, l'âge, l'activité, le statut professionnel, le cycle de vie ne seront déterminants que pour qui suivra l'autoroute des normes sociales. Il existe encore de nombreuses manières de suivre une autoroute et quelques chemins de traverse. Cependant il est tout à fait intéressant de constater que le téléphone n'échappe pas à un processus de codification sociale de son usage, de telle sorte qu'il devient un excellent outil de lecture de certaines structures sociales.

## 5.2 - Les usages domestiques du téléphone dans la société

Au terme de cette analyse de la consommation téléphonique des individus, il semble que l'on puisse distinguer cinq types d'usage ou de pratique téléphonique : le téléphone contrepoids, le téléphone outil, le téléphone mixte, le téléphone cordon ombilical, "le téléphone dans tous ses états" (17). Chaque type de pratique peut caractériser un ou plusieurs groupes d'individus sachant bien entendu qu'il ne s'agit que de pratiques dominantes et en aucun cas de pratiques exclusives.



**SCHEMA 3.24** Cycle de vie et pratiques téléphoniques



### 1) Le téléphone contrepoids ou le téléphone des célibataires

Les célibataires ont des pratiques téléphoniques à la fois proches et éloignées selon qu'ils sont ou non actifs. L'image du téléphone contrepoids permet assez bien de rendre compte de ces similitudes et différences, car contrepoids signifie à la fois :

- compensation, à leur relatif isolement dû à l'absence fréquente de potentialité de communication face à face, à leur domicile ;
- recherche d'un "équilibre", pouvant être obtenu en plaçant le contrepoids sur l'un ou l'autre plateau de la balance, du côté gestion de loisirs, de sorties, pour les célibataires actifs, du côté discussions privées pour les célibataires inactifs.

Les célibataires actifs ou inactifs ont des pratiques téléphoniques proches au regard de deux indicateurs. Leurs niveaux de consommation téléphonique sont élevés ; ils assument de fait le trafic téléphonique d'un ménage à l'intérieur duquel aucune division des rôles n'est possible. Leurs correspondants privilégiés sont leurs amis avec lesquels ils développent des relations fréquentes du fait de leur disponibilité.

En revanche, le contrepoids ne joue pas du tout dans le même sens pour les célibataires actifs et pour les célibataires inactifs. Pour les premiers, le téléphone est un moyen de gérer leur temps libre, leur vie sociale, de préparer des rencontres avec leurs amis. Le téléphone est alors un contrepoids inducteur de relations face à face. Pour les seconds, le téléphone est un moyen de consommer du temps libre, un moyen de communiquer, de discuter, de passer un moment avec des amis sur des problèmes affectifs, physiologiques ou matériels relevant de la vie privée ; le téléphone est alors un contrepoids substitut de relations face à face.

Cette utilisation du téléphone comme contrepoids n'est pas l'exclusivité des célibataires, car les femmes inactives, les femmes au foyer (célibataires en moyenne 8 h par jour) ont également une pratique parfois voisine mais moins dominante.

### 2) Le téléphone outil ou le téléphone des hommes actifs

Les hommes actifs ont des pratiques téléphoniques assez proches dans la mesure où l'on y retrouve, d'une part une consommation téléphonique inférieure à la consommation moyenne des individus, et d'autre part un usage fonctionnel dominant du téléphone le plus souvent considéré comme outil de gestion de la vie active.

Les hommes actifs passent en moyenne peu de temps au téléphone, celui-ci étant fréquemment utilisé pour gagner ou gérer du temps contraint lié à leur activité professionnelle. De même, leur trafic est le plus souvent assez personnalisé ; en d'autres termes, ils ne semblent que très rarement participer à des communications d'intérêt collectif pour le ménage. Ils donnent toujours plus de coups de fil qu'ils n'en reçoivent, ce qui n'est guère étonnant compte tenu du degré de fonctionnalité de leurs pratiques téléphoniques.

Cependant, les principales caractéristiques des pratiques téléphoniques des hommes actifs ne se retrouvent pas systématiquement avec la même



intensité chez tous les actifs. Certains actifs se servent relativement souvent de cet outil (les cadres, patrons, professions libérales), d'autres ne l'utilisent que rarement (ouvriers, employés). Les premiers y gèrent leur vie active, les seconds y gèrent plus fréquemment leur vie privée. La différence de consommation entre ces deux catégories, ne vient pas des communications reçues, mais le plus souvent du nombre de communications émises qui est de deux à trois fois supérieur chez les cadres standardistes par rapport aux ouvriers ou aux employés.

Ainsi, comme tout outil, le téléphone peut être plus ou moins utilisé, plus ou moins rentabilisé. Si pour les célibataires inactifs le téléphone semble être un contrepoids leur permettant d'"inviter" à la communication des amis chez eux, pour certains hommes actifs, il est souvent un prolongement de leur bureau, leur permettant de gérer, à domicile, certaines affaires professionnelles.

### 3) Le téléphone mixte ou le téléphone des plus jeunes

Les plus jeunes (garçons ou filles) ont des pratiques téléphoniques à certains égards surprenantes. Leur niveau de consommation est finalement assez faible, les scolaires sont les individus qui téléphonent en moyenne le moins fréquemment. Par ailleurs, leurs communications téléphoniques ne sont pas exclusivement orientées vers leur vie sociale (loisirs, sorties, ...) mais portent également fréquemment sur leur vie active (scolarité, études, voire activité professionnelle pour les étudiants). Enfin, la discussion pure, le bavardage semblent assez peu fréquents, en tout cas moins répandus que l'on aurait pu le penser. Le téléphone sert en effet assez souvent à la gestion d'activités et à l'échange d'information.

En revanche, leurs pratiques ressemblent au moins sur deux points à la perception intuitive que l'on peut en avoir. Premièrement leurs communications téléphoniques sont en général plus longues que la moyenne ce qui peut donner l'impression d'une utilisation intensive du téléphone. Deuxièmement, leurs correspondants privilégiés sont leurs amis et leurs copains.

En fait, ce qui caractérise le mieux les pratiques téléphoniques des plus jeunes, c'est la mixité, y compris sans doute au niveau du sexe de leurs correspondants (les communications hommes femmes y sont sans doute plus fréquentes). Ce caractère mixte de l'usage du téléphone peut s'exprimer de la manière suivante :

- peu de discussion, mais des communications généralement longues ;
- des conversations portant tout aussi bien sur la vie active que sur la vie sociale allant, de l'échange d'information à la gestion voire à l'organisation d'activités ;
- un trafic mixte, c'est-à-dire principalement structuré autour de communications téléphoniques au double contenu, fonctionnel et relationnel ;
- des correspondants eux-mêmes mixtes, au sens où les amis sont tout à la fois les copains, les camarades et les relations de travail.

En fait, derrière le téléphone mixte se cache sans doute assez souvent le téléphone évocation, qui permet d'échapper provisoirement à la sphère familiale ou de préparer, de discuter, de loisirs et de sorties, qui sont autant d'évasions passées ou à venir.



#### 4) Le téléphone cordon ombilical ou le téléphone des femmes inactives

Les pratiques téléphoniques des femmes inactives sont caractérisées par des communications principalement relationnelles avec leur famille ; les conversations portent le plus souvent sur l'échange de nouvelles et d'informations relatives à la vie privée ; leur nombre de communications hebdomadaire est en général assez élevé.

L'image du téléphone cordon ombilical correspond à notre avis assez bien à leur usage dominant et ce, à deux niveaux :

- le téléphone est un lien qui unit les femmes inactives à leurs enfants (ou à leurs parents selon leur âge) ; il leur permet de maintenir une certaine proximité communicationnelle et affective avec les membres de leur famille et de leur belle-famille ;
- l'usage du téléphone est très orienté vers des communications relatives à la vie privée ; d'où une pratique que l'on pourrait qualifier, tout en la gauchissant de "nombriliste" ; cependant nombrilisme ne signifie pas ici narcissisme puisque les femmes inactives semblent assez souvent prendre en charge un trafic téléphonique d'intérêt collectif pour le ménage à la fois comme "standardiste" et comme "secrétaire de direction" de la petite entreprise-ménage.

Ce qui différencie alors le plus les femmes inactives entre elles ce sont leurs niveaux de consommation très disparates puisque les femmes inactives dont le mari est cadre ou patron, téléphonent deux fois plus que les femmes inactives de plus de 60 ans. Derrière ces disparités de consommation téléphonique, on retrouve en fait des différences de situation relatives au degré de complexité du ménage, à la position dans le cycle de vie, à la C.S.P. du chef de famille et au mode de vie.

#### 5) "Le téléphone dans tous ses états" ou le téléphone des femmes actives

Les femmes actives ont les pratiques téléphoniques les plus diversifiées et les plus équilibrées. Leurs structures de consommation téléphonique sont assez proches des structures moyennes de la population tant au niveau des correspondants, que du contenu des communications. Ceci semblerait indiquer que les femmes actives utilisent le téléphone dans tous ses états, à la fois ou parfois comme contrepoids, outil, évasion et cordon ombilical.

Fondamentalement, on retrouve derrière ces pratiques téléphoniques, le comportement des femmes actives, ou plus explicitement, des femmes doublement actives (activités professionnelles, activités ménagères). Plusieurs remarques permettent de confirmer cette hypothèse :

- elles téléphonent en moyenne deux fois plus que les hommes actifs ;
- elles assument comme les femmes inactives, une partie du trafic lié à la gestion de la vie quotidienne du ménage ;
- elles sont assez fréquemment standardistes ;
- enfin, elles ont des communications téléphoniques tout aussi bien liées à leur activité professionnelle, que des conversations, des échanges de nouvelles avec leur famille, voire leur belle-famille (18).

La double activité des femmes actives se traduit par une double activité téléphonique qui produit les pratiques les plus diversifiées.

Le comportement téléphonique des hommes retraités semble également relever d'un usage du téléphone "dans tous ses états" pour des raisons, nous semble-t-il, diamétralement opposées. En effet, si le comportement des hommes retraités est assez diversifié et équilibré ce n'est pas du fait d'une éventuelle double activité, mais plutôt le fait de leur double inactivité (inactivité professionnelle, inactivité ménagère) :

- leur niveau de consommation téléphonique est faible ;
- leurs structures de trafic sont assez équilibrées, non pas grâce à une ouverture vers d'autres correspondants, à une disponibilité et à une propension plus forte à la discussion, à la conversation, mais plutôt du fait de la réduction logique de leur trafic téléphonique professionnel.

### CONCLUSION

L'analyse de la consommation téléphonique des individus permet d'enrichir assez sensiblement les réflexions menées à ce jour sur l'utilisation domestique du téléphone. Le téléphone n'est pas une technologie socialement neutre ; il fait l'objet de processus d'appropriation et d'utilisation très différenciés ; il fonctionne comme un miroir, certes déformant, de certaines structures sociales ; il révèle tout à la fois les contraintes spatio-temporelles qui jalonnent la vie quotidienne des individus et les processus de sociabilité qui structurent leur vie sociale. De manière synthétique plusieurs résultats analytiques et méthodologiques méritent d'être rappelés ici.

- 1 - Si le téléphone est un bien d'équipement des ménages, il est avant tout un bien de consommation des individus ; cela signifie que l'individu est l'unité d'observation la plus pertinente pour appréhender, repérer et expliquer les comportements téléphoniques ; en d'autres termes, on ne pourra prétendre comprendre l'utilisation domestique du téléphone à partir de la consommation téléphonique par ligne principale, qui plus est, mesurée en nombre de taxes de base.
- 2 - Le téléphone, ou plutôt la téléphonie, est fortement sexuée, à un point tel que l'on chercherait vainement à expliquer les comportements des individus si l'on ne distinguait préalablement les hommes des femmes. Le téléphone est avant tout un bien de consommation des femmes. Comme outil, il est assez proche d'un appareil ménager, son utilisation permettant de rendre compte de la division du travail ménager entre hommes et femmes. L'analyse des pratiques téléphoniques permet de mettre en évidence le rôle central des femmes dans les processus de communication et de sociabilité des ménages, comme standardiste, secrétaire de direction, confidente, amie, mère, ... Cela signifie au niveau méthodologique que si l'individu est l'unité d'observation la plus pertinente des comportements téléphoniques, il ne saurait être question de l'isoler du ménage auquel il appartient car les interdépendances familiales sont assez fortes.
- 3 - En dehors du sexe des individus les principaux déterminants de leurs niveaux et structures de consommation téléphonique sont : l'activité, l'âge, la C.S.P. et la position dans le cycle de vie. Derrière ces déterminants se profilent les trois principales variables ou ressources dont dépendra la propension relative de tel ou tel individu à communiquer par téléphone :
  - le temps libre dont il dispose, ou inversement, son degré d'implication dans la vie active ou scolaire ;
  - les opportunités quotidiennes de communication face à face qui lui sont accessibles dans son propre foyer, ou inversement, son degré relatif d'isolement domestique ;
  - le réseau potentiel de relation socio-affective qu'il a construit.
- 4 - Au delà d'un certain revenu minimum, la consommation téléphonique des individus est relativement inélastique. Il semble ainsi que le téléphone ait certains traits des biens de consommation ménager de "première" nécessité. Il ne semble donc pas que l'on puisse parler, sauf pour les plus défavorisés, d'inégalité économique entre les individus. Une problématique en termes de différenciation sociale est sans doute plus pertinente qu'une problématique



en termes d'inégalité économique pour appréhender l'utilisation domestique du téléphone.

- 5 - Enfin les pratiques téléphoniques des différentes catégories d'individus sont assez contrastées. Les types de correspondants contactés et le contenu des communications échangées sont très variables. Cela nous a conduit à distinguer cinq types de pratiques téléphoniques plus ou moins dominantes pour telle ou telle catégorie d'individus : le téléphone contrepoids pour les célibataires, le téléphone outil pour les hommes actifs, le téléphone mixte pour les plus jeunes, le téléphone cordon ombilical pour les femmes inactives et le téléphone "dans tous ses états" pour les femmes actives ou doublement actives.

Cette analyse socio-économique des consommations et pratiques téléphoniques des individus a été menée autour des principales variables socio-économiques classiques utilisées pour l'interprétation des comportements de consommation. A ce stade de la réflexion, il convient de passer à une analyse plus centrée sur l'un des déterminants sans doute fondamental de l'utilisation domestique du téléphone : le réseau de relation des individus. En d'autres termes il s'agit de passer du repérage classique des processus de différenciation sociale à l'analyse des effets de structures de sociabilité différenciées sur la consommation téléphonique des individus.

- Notes du Chapitre III -

- 1) Dans l'absolu l'analyse de variance ne s'utilise que sur des sondages aléatoires ; au risque de froisser certains puristes, nous élargissons ici son champ d'action...
- (2) Hommes célibataires : 16 communications, 2 heures au bout du fil - Hommes : 5 communications, 30' au bout du fil.
- (3) cf. BEAUDRILLARD, La société de consommation, pp. 139-143, Gallimard, 1974.
- (4) cf. Activités Ménagères et cycle de vie, in Economie et Statistiques, Mars 1981, n° 131 - C. ROY et H. ROUSSE.  
Dans cet article sur la répartition et l'évolution de la répartition des tâches ménagères entre les différents membres du ménage, il est intéressant de constater que les écarts entre les individus sont du même ordre que ceux que l'on observe sur le téléphone.
- (5) Il s'agit là bien entendu de valeurs moyennes autour desquelles la dispersion reste importante.
- (6) Il convient de ne pas oublier non plus que pour les actifs une partie des communications privées est assurée au lieu de travail ; ce trafic privé a été estimé à 10 % du trafic domestique.
- (7) Dès lors que ce revenu devient décent.
- (8) Que la consommation soit exprimée en nombre de communications, en temps passé au téléphone ou en coût.
- (9) il convient de garder à l'esprit que les consommations téléphoniques reçues par un individu ne lui coûte rien.
- (10) E. COZANET, A summery of french PTT - demand and traffic forecasting models, DGT, SPAF.
- (11) Il n'existe évidemment pas de relation de causalité univoque entre niveau et structure de consommation téléphonique.
- (12) Sous réserve d'une distinction ami au sens strict et simple relation qui pourrait inverser les tendances observées entre fréquence de communication avec un membre de la famille et les "amis".
- (13) Les déterminants mis en exergue dans ces lignes ne sont bien évidemment pas exhaustifs, puisqu'ils sont limités aux principales variables socio-économiques classiques (âge, C.S.P., sexe, statut matrimonial) et ne sauraient en aucun cas faire oublier qu'il existe bien d'autres déterminants

notamment psycho-sociologiques de la sociabilité des individus.

- (14) En fait, tout se passe comme s'il était assez facile de différencier les femmes selon leur niveau de consommation téléphonique et moins aisé de les caractériser selon la structure de leur consommation, alors qu'il est assez difficile de segmenter les hommes selon leur niveau de consommation, mais beaucoup plus aisé de les différencier structurellement.
- (15) Chapitre I, IV.2,
- (16) Nous ne retenons ici que les seules communications émises, afin de s'affranchir du bruit qui existe à la réception et donc de réfléchir sur les pratiques les plus spécifiques des individus.
- (17) BORNOT (F), CORDESSE (A.), "Le téléphone dans tous ses états", Ed. Actes Sud, 1981.
- (18) Rappelons cependant que les femmes actives cadres ou assimilées ont une consommation téléphonique légèrement plus orientée par la gestion de leur vie active, alors que les femmes employées ou ouvrières, ont des communications plus fréquentes avec leur famille au sujet de leur vie active.



## CHAPITRE IV

### RESEAUX DE RELATION, SOCIABILITE ET PRATIQUES TELEPHONIQUES

L'analyse des pratiques téléphoniques des individus à partir de leurs caractéristiques socio-économiques classiques, pour nécessaire qu'elle soit, est tout à fait insuffisante. Le téléphone est, en partie, un outil de communication, un moyen de mise en relation de deux individus ou plus. Cela signifie que le comportement téléphonique d'un individu dépend non seulement de ses caractéristiques propres, mais aussi des caractéristiques de ses correspondants. Si cette remarque est des plus évidentes en ce qui concerne le trafic reçu, elle l'est tout autant en ce qui concerne le trafic émis par un individu.

En d'autres termes, l'usage du téléphone par un individu dépend sans doute tout autant de ses propres caractéristiques que des caractéristiques de son (ou de ses) réseau(x) de relation. Sauf à considérer que les caractéristiques socio-économiques d'un individu définissent la configuration et la structure de ses réseaux de relation (ce qui est en partie vrai), il convient donc d'analyser quels sont les répercussions des différentes formes de sociabilité des individus sur leurs pratiques téléphoniques.

Pour mener à bien cette analyse complémentaire et, précisons le, assez exploratoire, nous avons :

- premièrement, défini les caractéristiques des principaux réseaux téléphoniques de relation des individus, (réseau familial, amical, ...) et analysé à l'intérieur de ces réseaux les pratiques téléphoniques de différentes catégories d'individus (principalement les hommes et les femmes) (Section I) ;
- deuxièmement, évalué les effets des caractéristiques des réseaux de relation des individus sur leur consommation téléphonique sectorielle et globale, afin de proposer une typologie synthétique et problématique de la sociabilité des individus (Section II) ;
- enfin, analysé dans quelle mesure des formes, des niveaux et des structures de sociabilité différentes induisent des comportements ou des pratiques téléphoniques différenciées (Section III).

Rappelons ici que le recueil de données porte sur l'activité téléphonique hebdomadaire des ménages. Les réseaux téléphoniques de relation ainsi

repérés sont des réseaux hebdomadaires ; c'est dire qu'ils subissent une déformation par rapport aux réseaux effectifs de relation téléphonique, déformation qui se traduit par une réduction de la taille de ces réseaux et une amplification des fréquences de relations qui s'y déroulent.

## I - LES RESEAUX TELEPHONIQUES DE SOCIABILITE

Avant d'analyser dans quelle mesure les réseaux de sociabilité des individus, ou plus généralement, leur sociabilité déterminent leurs pratiques téléphoniques, il convient de caractériser, de décrire les principaux réseaux téléphoniques de relations sociales des individus.

Nous retiendrons pour cette étude les quatre principaux réseaux de relation potentielle d'un individu à savoir : son réseau de relation familiale, son réseau de relation amicale ou assimilée (relations diverses : connaissances, copains des enfants), son réseau de voisinage et son réseau de relation associative.

Le réseau téléphonique de relation sociale d'un individu sera défini par l'ensemble des personnes avec lesquelles il aura eu un entretien téléphonique au cours de la semaine d'enquête. Bien évidemment, l'image donnée par ce réseau hebdomadaire est tout à fait déformante. Les membres du réseau de relation sociale d'un individu avec lesquels les contacts téléphoniques ne sont pas hebdomadaire seront sous-représentés. Cependant, ce biais nécessaire n'est pas redoutable dans la mesure où un réseau de relation se définit tout autant, par les pratiques de sociabilité qui s'y déroulent, que par sa taille.

Un réseau téléphonique de relation sociale sera dès lors caractérisé non seulement par les membres qui le constituent, mais aussi par l'intensité des fréquences de relation qui s'y déroulent, le contenu des communications téléphoniques qui s'y échangent ainsi que la proximité relative des caractéristiques démographiques et socio-économiques entre les individus et leurs correspondants.

### 1 - LE RESEAU TELEPHONIQUE DE RELATION FAMILIALE

Les communications téléphoniques avec la famille (hors membre du même ménage) représentent plus du tiers du trafic domestique et plus du quart des différents correspondants contactés chaque semaine par les individus. Compte tenu de la place centrale de la famille dans l'utilisation quotidienne du téléphone, trois questions méritent d'être développées :

- avec qui téléphone-t-on ? quels sont les membres de la famille les plus fréquemment contactés par téléphone ?
- de quoi parle-t-on ? le contenu des communications téléphoniques est-il variable ? si oui, pourquoi ?
- les individus ont-ils eux-mêmes des pratiques téléphoniques différenciées avec leur famille ?



### 1.1 - La famille restreinte

L'image de la famille renvoyée par l'utilisation quotidienne du téléphone est celle d'une triple réduction de l'espace potentiel des relations familiales :

- réduction liée au degré de proximité affective, exprimé par le lien de parenté des correspondants familiaux avec le chef de famille;
- réduction liée au sexe des correspondants;
- réduction enfin liée à la localisation des membres de la famille.

#### 1) La famille directe

Si l'on compare le réseau téléphonique familial au réseau potentiel de relation familial (ensemble des ménages de la famille rencontrés au moins une fois par an) en fonction du lien de parenté des différents membres de ces réseaux, une première constatation s'impose (cf. schéma 4.1). Lorsque l'on passe du réseau potentiel au réseau téléphonique, on passe très nettement de la notion de famille élargie à la notion de famille restreinte. Alors que les parents et enfants des ménages ne représentent que le 1/4 du réseau potentiel de relation familiale, ils représentent environ 42 % des correspondants familiaux contactés chaque semaine et plus de 53 % du trafic téléphonique familial. Si l'on élargit la famille restreinte ou la famille proche aux collatéraux directs (frères et soeurs, beaux frères et belles soeurs), elle représente alors 64 % du réseau potentiel, 73 % du réseau téléphonique et 80 % du trafic familial.

En ce sens, l'usage domestique du téléphone ne fait que confirmer la réduction du réseau de relation familiale déjà mise en évidence par de nombreuses analyses de la sociabilité familiale. Le réseau familial de relation téléphonique renvoie ainsi à la notion de famille-ménage (parents, enfants, frères et soeurs).

La question qui se pose alors est de savoir dans quelle mesure le téléphone déforme ou non le réseau effectif de relation familiale. A cet égard, plusieurs remarques peuvent être formulées :

- les fréquences de communication téléphonique avec les différents ménages de la famille sont d'autant plus élevées que les fréquences de rencontre sont elles-même élevées ;
- pour les membres de la famille que l'on voit très fréquemment les fréquences de communication téléphonique sont en général moins élevées que les fréquences de rencontre face à face ;
- inversement, on téléphone plus fréquemment qu'on ne rencontre les membres de la famille que l'on ne voit que rarement ;
- enfin, on téléphone toujours plus fréquemment à sa famille proche, dans l'ordre les enfants, les parents, les petits enfants, les frères et soeurs, qu'à sa famille plus éloignée.

La sociabilité téléphonique familiale reproduit donc dans une large mesure les caractéristiques des relations familiales face à face à deux nuances près :

- les communications téléphoniques avec la famille accentuent encore plus l'image de famille restreinte donnée par les rencontres face à face ;
- par ailleurs, s'il existe une corrélation très étroite entre les fréquences de rencontre et les fréquences de communication face à face, il semble que l'équilibre communicationnel se fasse au profit du face à face, dans le cas des fréquences de communication élevées, et au profit du téléphone, dans le cas des fréquences de relations faibles.

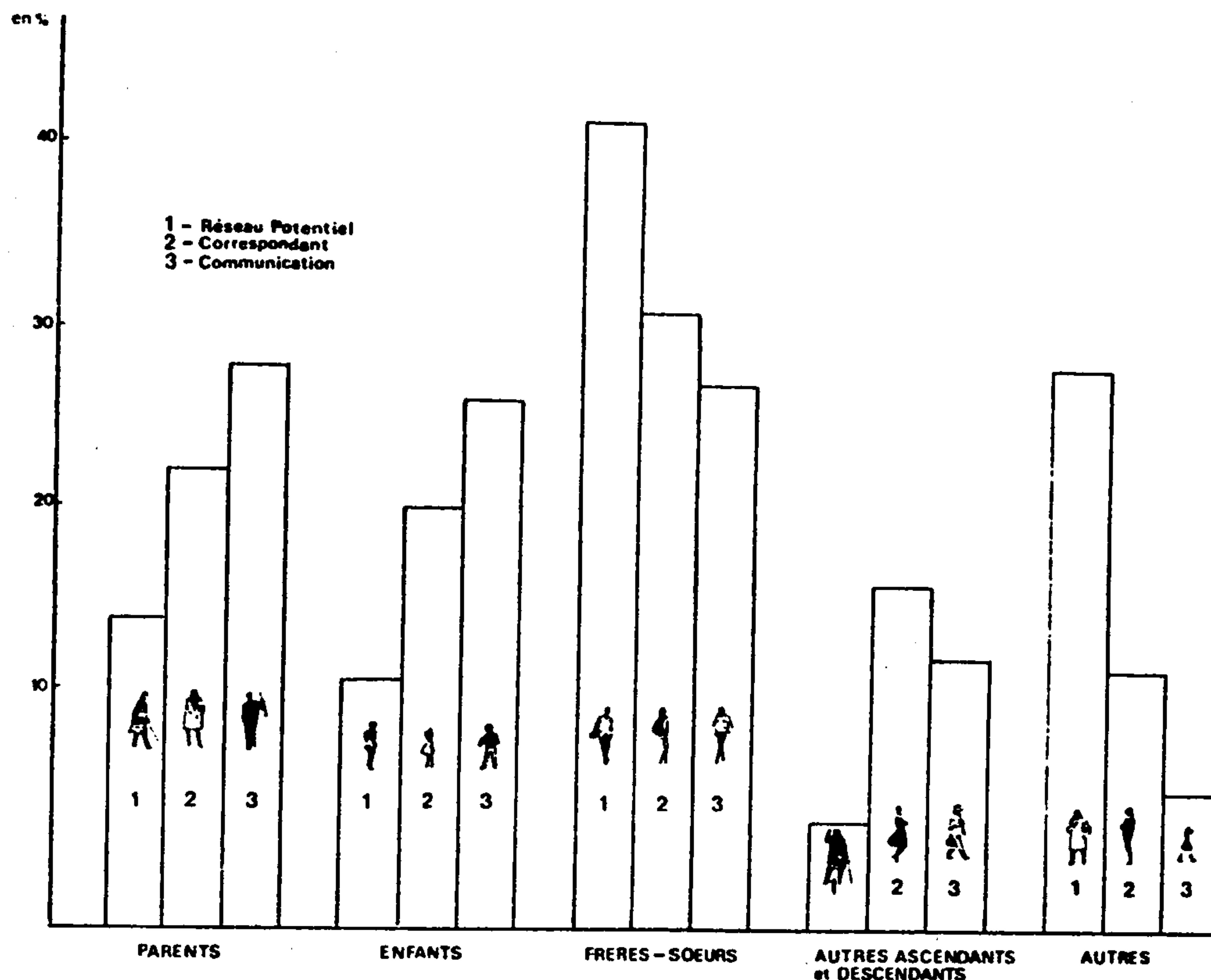


Schéma 4.1 : La famille restreinte

## 2) La "femme-ille"

Si l'image de la famille véhiculée par l'utilisation quotidienne du téléphone est assez proche du réseau effectif de relation familiale, tel qu'il ressort de l'analyse des rencontres face à face entre les membres d'une même famille, la communication téléphonique opère une réduction "sexiste" du réseau familial. En effet, alors que les rencontres avec les membres de la famille sont le plus souvent des rencontres de ménage à ménage, sans préjuger des processus de communication qui s'instaurent alors, les communications téléphoniques s'effectuent le plus souvent entre femmes (cf. schéma 4.2).

Environ 70 % des communications familiales sont réalisées avec des correspondants de sexe féminin. Les communications avec les parents sont le plus souvent effectuées avec la mère ou la belle-mère (78 %). De même, les ménages téléphonent plus fréquemment à leur fille qu'à leur fils, à leur belle-fille qu'à leur gendre, etc.... On retrouve ici, sous un autre aspect, le poids prépondérant des femmes dans l'utilisation quotidienne du téléphone. Les femmes occupent une place centrale dans la gestion et la vie du réseau de relation

familiale.

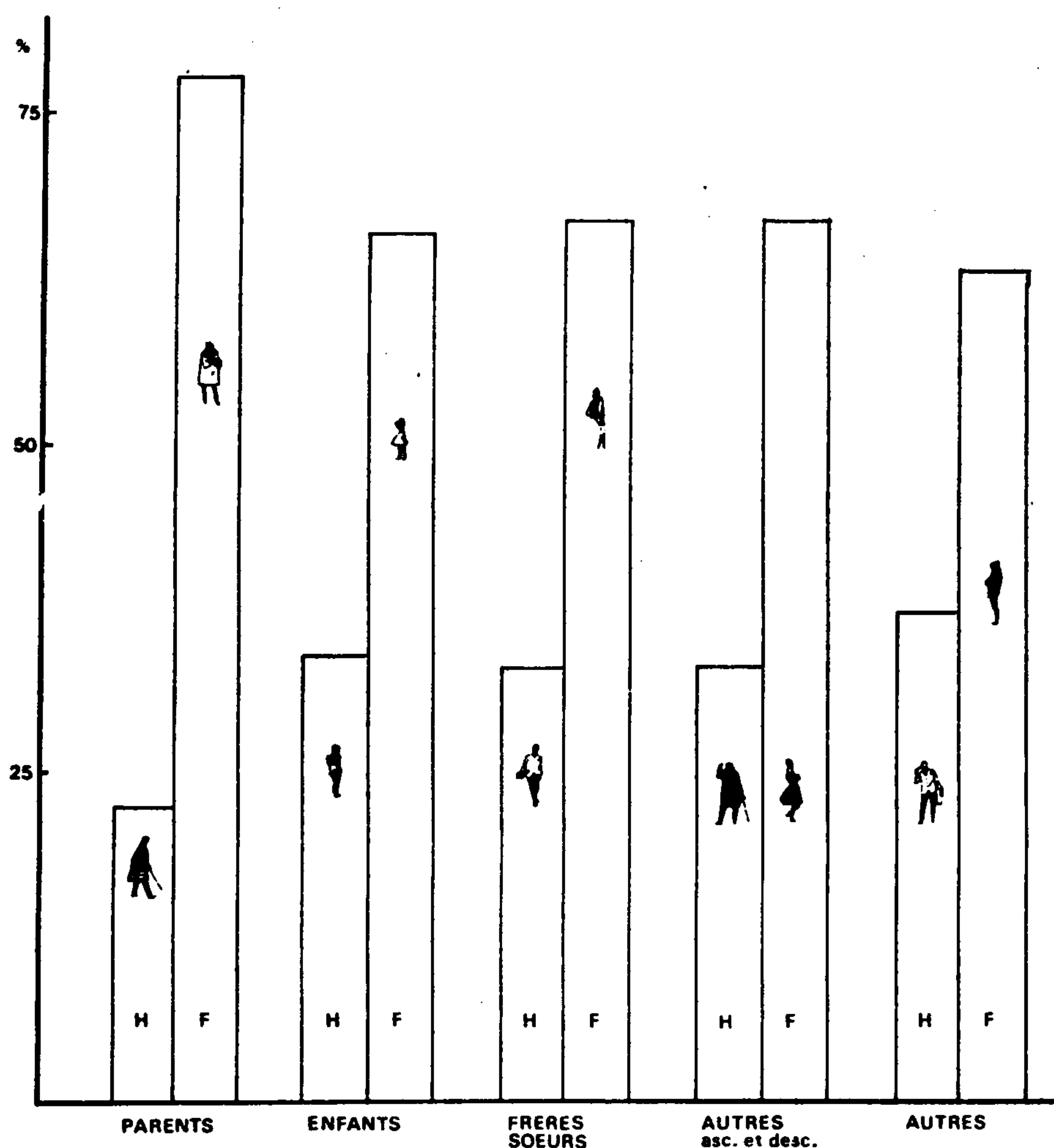


Schéma 4.2 : Sexe et lien de parenté des correspondants

Est-ce que pour autant une spécificité liée à l'utilisation quotidienne du téléphone ? Il est permis d'en douter, car si les rencontres familiales s'effectuent le plus souvent de ménage à ménage, il semble bien que les communications qui s'instaurent autour de la table dominicale, par exemple, soient le plus souvent des communications de femme à femme. Cependant, le téléphone radicalise le caractère très féminin des communications familiales. Encore une fois, le téléphone semble être une très bonne caisse de raisonnement de certaines pratiques de sociabilité.

### 3) La famille proche

Outre les déformations liées au lien de parenté et au sexe des correspondants familiaux, les communications téléphoniques avec la famille révèlent une troisième déformation du réseau potentiel de relation familial dû à la



localisation des membres de la famille. En effet, alors que plus de 40 % du réseau familial des ménages enquêtés résident dans l'agglomération lyonnaise, plus de 60 % des membres de la famille contactés pendant la semaine d'enquête résidaient dans l'agglomération lyonnaise.

Il semble donc que l'on téléphone d'autant plus facilement aux différents membres de sa famille que ceux-ci résident à une proximité et ceci quels que soient les liens de parenté. Ainsi la proximité téléphonique entre deux individus d'une même famille dépendra-t-elle de leur proximité généalogique, de leur sexe et de leur proximité géographique, autant de facteurs dont semblent également dépendre les interrelations familiales en règle générale.

Si les réseaux de relation téléphonique et les réseaux effectifs de relation familiale font subir au réseau potentiel des déformations similaires, on ne saurait omettre de parler de la communication écrite entre les ménages d'une même famille. Il semble que le téléphone ait au moins eu pour conséquence de réduire considérablement l'échange de courrier au sein des familles. En effet, ce n'est qu'avec seulement 5 % du réseau potentiel de relation familiale que l'on échange une correspondance régulière (plusieurs fois par trimestre). Le courrier se limite alors le plus souvent à une ou deux lettres par an (sans doute relatives aux vœux, aux anniversaires et aux vacances, ...) dans plus de 38 % des cas. Enfin, et peut être surtout, l'échange de courrier n'existe pas avec plus de 53 % des membres de la famille. Si le téléphone est parfois un substitut à des relations face à face, son développement explique sans doute pour partie la réduction relative du courrier familial.

## 1.2 - Les communications familiales

Les communications téléphoniques avec la famille sont en général plus relationnelles (51 %) que fonctionnelles (31 %). Les discussions représentent 40% du trafic familial, l'échange d'information 33 % et la gestion d'activité environ 27 %. Les conversations téléphoniques familiales portent principalement sur la vie privée (65 %), puis sur la vie sociale (29 %) et exceptionnellement sur la vie active (6 %).

Au regard des caractéristiques moyennes du contenu du trafic téléphonique les communications avec la famille sont donc assez spécifiques ; elles sont relativement relationnelles car elles privilégient la discussion à la gestion d'activité et accordent une place très importante à la vie privée. Cependant, derrière ces caractéristiques globales du trafic familial, il est intéressant d'étudier dans quelle mesure le contenu des communications téléphoniques évolue selon le lien de parenté, les fréquences de communication et l'éloignement des différents membres de la famille.

### 1) L'arbre généalogique des communications

Le contenu des communications familiales varie en fonction du lien de parenté entre les correspondants. Si l'on ne tient compte que des seules communications émises par les ménages enquêtés, on peut distinguer trois types de trafic téléphonique familial: le trafic avec les parents et les enfants, le tra-



fic avec les frères et soeurs, le trafic avec les autres membres de la famille.

Les communications téléphoniques avec les frères et les soeurs sont les moins relationnelles (44 %). Elles relèvent la plupart du temps de l'échange d'information (36 %) ou de la gestion d'activité (32 %). Si les conversations relatives à la vie privée restent prépondérantes (63 %), la vie sociale (invitations, loisirs, ...) est relativement importante (32 %).

Les communications avec les parents et les enfants ont des contenus assez proches. Elles sont relativement relationnelles (54 %) dans la mesure où les discussions et l'échange des nouvelles sont plus fréquents (44 %). Les communications portent, par ailleurs, principalement sur la vie privée (72 %).

Enfin, les communications avec les parents plus éloignés (grands-parents, petits enfants, autres collatéraux, ...) sont les plus relationnelles (63 %). Cependant, les contenus diffèrent assez sensiblement. Si les communications avec les grands parents sont principalement des discussions relatives à la vie privée (60 %), on trouve beaucoup de communications relatives à la vie sociale (36 %). Les discussions avec les petits enfants accordent une place privilégiée à la vie scolaire (19 %), alors que les conversations avec les autres membres de la famille sont pour plus des trois quart relatives à la vie privée.

En conclusion, il convient de remarquer que les communications téléphoniques sont d'autant plus relationnelles que les liens de parenté entre les correspondants sont éloignés. Avec la famille éloignée, les communications et les relations sont moins fréquentes, l'échange d'information de services et la gestion d'activités en commun sont naturellement plus rares.

## 2) L'espace-temps des communications familiales:

Le contenu des communications familiales varient également en fonction des fréquences de relation et de la localisation des membres de la famille. L'évolution du contenu des communications en fonction des fréquences de rencontres et de contacts téléphoniques entre les membres d'une même famille est tout à fait intéressante (cf. schéma 4.3 ). Il semblerait en effet que le degré de fonctionnalité des communications familiales, varie en fonction inverse des fréquences de rencontre. Ainsi, les individus qui se rencontrent au moins plusieurs fois par mois ont des communications téléphoniques relativement moins relationnelles que les individus qui se rencontrent moins fréquemment. Lorsque l'on rencontre fréquemment un membre de sa famille, les relations, l'échange de nouvelles semblent se faire de manière privilégiée en face à face, le téléphone étant alors plus souvent utilisé pour gérer, préparer, organiser ces rencontres. En revanche, lorsque les fréquences de rencontre sont faibles, le téléphone est plus souvent utilisé pour entretenir, combler, compenser ces relations épisodiques par des communications plutôt relationnelles.

L'évolution du contenu des communications familiales en fonction des fréquences d'appels téléphoniques est plus complexe. Les membres d'une même famille qui se téléphonent quotidiennement ont des communications plutôt relationnelles. Dès lors que les conversations téléphoniques ne sont plus quotidiennes, elles deviennent relativement plus fonctionnelles.

Le contenu des communications téléphoniques avec la famille varie enfin, en fonction de la localisation des membres de la famille. En effet, au

plus les membres de la famille sont proches, au plus les communications téléphoniques sont fonctionnelles. Avec les membres de la famille qui résident dans l'agglomération lyonnaise, environ 40 % des communications sont relationnelles, contre 65 % avec les membres de la famille résidant hors du Rhône.

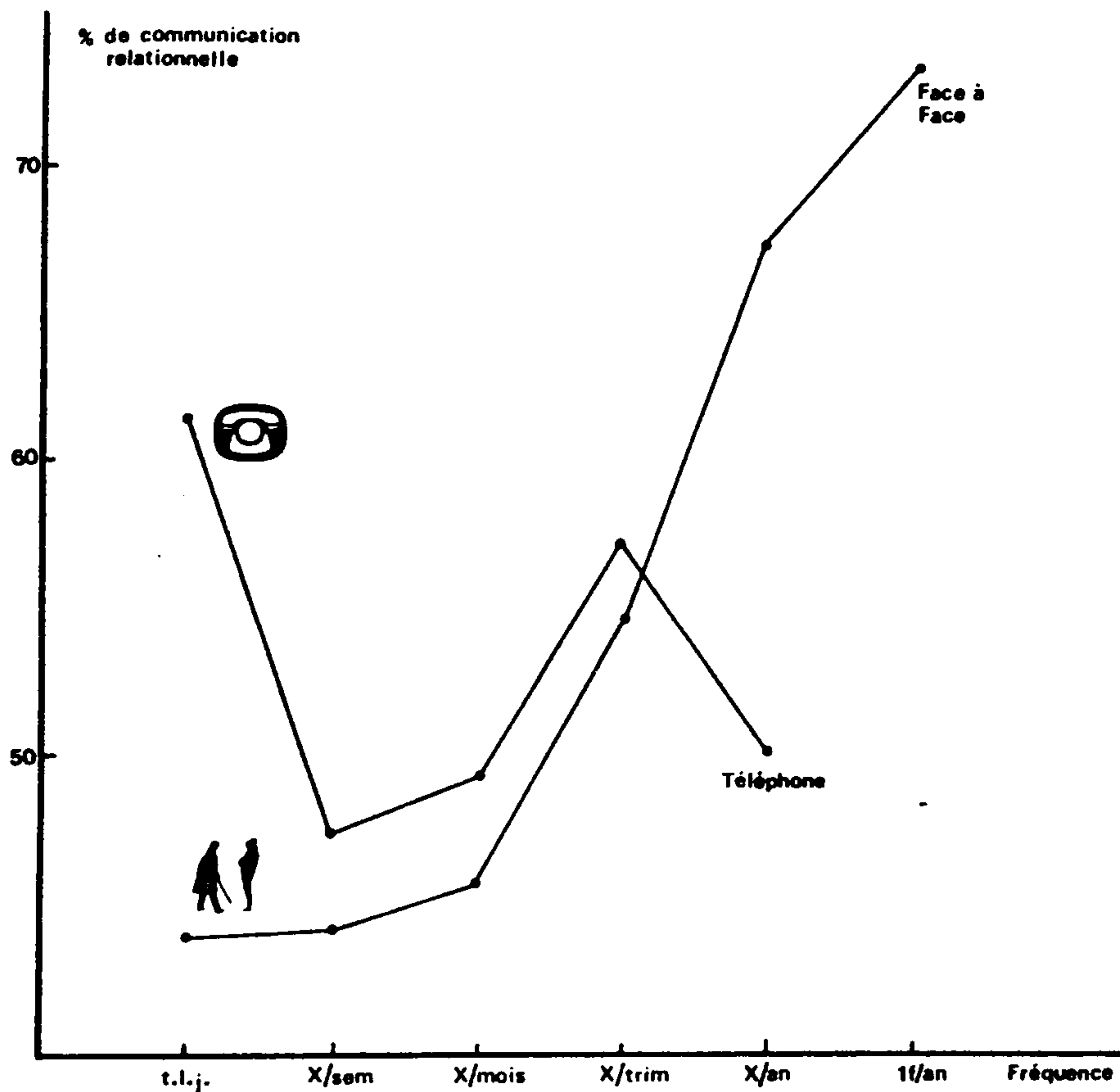


Schéma 4.3 : Pratiques familiales et fréquence de communication

Ainsi, de même que le volume de communication, les contenus des conversations téléphoniques familiales évoluent avec la proximité généalogique, la proximité physique et les fréquences de relation.

### 1.3 - Les spécificités de l'utilisation familiale du téléphone

Après avoir décrit le réseau téléphonique de relation familiale, ainsi que le contenu des communications avec la famille, il est temps d'analyser le fonctionnement global de l'utilisation du téléphone avec les membres de la famille ou en d'autres termes de répondre à la question suivante : qui téléphone à qui, pour faire quoi ?

Face à la complexité de cette question, à la taille relativement limitée de notre échantillon, et aux données dont nous disposons, nous avons pris



le parti de limiter l'étude de cette vaste question à une analyse comparative des comportements des hommes et des femmes mariés, le comportement étant repéré au travers des seules communications émises.

#### 1) Le téléphone familial : une affaire de femmes

Le trafic téléphonique familial est principalement une affaire de femme. Sur l'ensemble des communications émises vers des membres de la famille, plus de 75 % l'ont été par les femmes mariées alors que 25 % l'étaient par leurs conjoints. Alors que les communications familiales réunissant deux femmes représentent plus de la moitié du trafic familial, les communications téléphoniques familiales entre hommes n'en représente que 12 %. Les hommes téléphonent eux-mêmes plus fréquemment aux membres féminins de leur famille, qu'aux membres masculins. Ainsi, dans près de 9 communications familiales sur 10, il y a au moins une femme au bout du fil.

La gestion, l'entretien, la préservation des relations familiales semble donc presque exclusivement assurée par les femmes. Il y a là sans doute une division des rôles implicites ou explicites entre hommes et femmes. Si division des rôles il y a, elle est une fois encore assez proche de celle qui gère la répartition des activités ménagères. Les femmes assumant ainsi intégralement le ménage, dans la double acceptation usuelle de ce mot qui désigne à la fois les activités ménagères et la famille. Si les femmes font le ménage, elles font aussi la famille car elles en préservent, au moins au téléphone, la cohérence. Le chaînon manquant de ce raccourci caricatural étant que ce sont également les femmes qui font les enfants ce qui nous renvoie selon les sensibilités ou les errances intellectuelles soit à un problème biologique, soit à un problème métaphysique (conformément à une campagne publicitaire récente sur la natalité et ... la publicité), soit plus sérieusement à un problème de société.

#### 2) Le modèle masculin et le modèle féminin

Si les femmes mariées téléphonent trois fois plus souvent à leur famille que leurs époux, leurs structures de consommation diffèrent également.

Les hommes mariés reçoivent plus de communication téléphonique de leur famille (53 %) qu'ils n'en émettent (48 %). La structure généalogique de communication familiale diffère également. La part relative des parents dans le trafic familial des hommes est plus importante que chez les femmes ; inversement, la part relative des enfants dans le trafic familial des femmes mariées est plus conséquente.

Les pratiques téléphoniques familiales des hommes et des femmes mariées sont relativement proches au regard des actions menées (discussion-information-gestion). En revanche, les hommes parlent plus fréquemment de sujets relatifs à la vie active ou à la vie sociale que les femmes, qui sont plutôt tournées vers la vie privée. Ainsi les hommes ont des communications familiales légèrement moins relationnelles que les femmes.

Au delà de ces quelques nuances, deux développements méritent d'être apportés :

- le premier concerne la répartition des relations entre famille directe et belle-famille ;

- le second concerne le sexe des correspondants familiaux.

Premièrement, les femmes mariées prennent non seulement en charge les relations avec leur propre famille, mais elles téléphonent également plus souvent (1,5 fois) à leur belle famille que leur propre conjoint (indépendamment des communications reçues et des communications avec leur gendre ou belle fille). Ce phénomène n'est certes pas nouveau pour l'observateur de la sociabilité familiale, il est cependant intéressant de le retrouver au niveau du téléphone.

Deuxièmement, la prise en compte des relations téléphoniques familiales d'individu à individu d'une même famille révèle des spécificités intéressantes. Dans leur relation téléphonique avec leurs parents, les hommes comme les femmes ont des relations privilégiées avec leur mère (80 % des communications avec la mère contre 20 % avec le père). L'image du téléphone cordon ombilical devient ici tout à fait appropriée. Par contre, lorsque les hommes mariés téléphonent à leurs enfants, c'est le plus souvent à leur(s) fils (80 %), les femmes mariées téléphonent plus souvent à leur fille (63 %). De même, les hommes s'entretiennent plus fréquemment avec leurs frères et beaux frères (60 %) qu'avec leurs soeurs et belle-soeurs (40 %) alors que les femmes discutent plus fréquemment avec ces dernières (67 %). Enfin, les relations avec les beaux-parents, très rares chez les hommes, se font semble-t-il, indifféremment avec le beau-père et la belle-mère, alors que lorsque les femmes téléphonent à leur belle famille, c'est dans 75 % des cas à leur belle-mère.

Il y a fondamentalement un modèle masculin et un modèle féminin des relations téléphoniques familiales. La "famille téléphonique" des hommes est très restreinte puisqu'elle se limite le plus souvent à leur propre famille et plus encore à leur mère, leur(s) fils et leur(s) frère(s). La "famille téléphonique" des femmes mariées est beaucoup plus large et diversifiée, car si elles privilégient les relations avec leur propre famille (mère, fille(s), soeur(s)), elles prennent souvent en charge les relations avec leur belle-famille (belle-mère, belle-soeur(s), ...).

## 2 - LE RESEAU TELEPHONIQUE DE RELATION "AMICALE"

Etant donnée l'ambiguïté de la terminologie "ami", nous avons pris le parti de distinguer les amis des parents, les simples relations et les copains des enfants. Tous ces correspondants définissent le réseau téléphonique de relation "amicale" des individus. Ils représentent environ 35 % des différents interlocuteurs contactés dans la semaine : 19 % sont des amis des parents, 8 % de simples relations et 8 % des copains des enfants.

A la différence du réseau familial, nous ne disposons d'aucune information sur le réseau amical potentiel (ensemble des "amis" que l'individu rencontre au moins une fois par an). Nous ne pourrions donc étudier les déformations du réseau amical liées à l'utilisation du téléphone.



## 2.1 - Un réseau vivant, polarisé et mixte

Bien qu'il se confirme que l'on téléphone moins fréquemment à ses amis au sens strict qu'à sa famille, les fréquences de communication téléphonique avec les amis des parents et les copains des enfants restent élevées, puisque 61 % des amis et 72 % des copains contactés pendant la semaine d'enquête le sont au moins plusieurs fois par mois. Le réseau de relation amicale des parents et des enfants est donc bien vivant, en revanche celui des simples relations est relativement moins intense.

Comme dans le cas du réseau familial, il existe une étroite corrélation entre les fréquences de rencontre et les fréquences de communication téléphonique entre amis, copains et relations:

- les fréquences de communication téléphonique sont d'autant plus élevées que les fréquences de rencontre sont elles-mêmes importantes;
- avec les amis que l'on rencontre souvent, les fréquences de communication téléphonique sont relativement plus faibles que les fréquences de relation face à face et inversement pour les amis que l'on rencontre moins d'une fois par mois.

Le réseau téléphonique de relation amical est par ailleurs très polarisé : 84 % des amis des parents, 94 % des copains des enfants et 87 % des simples relations résident dans l'agglomération lyonnaise.

Enfin, ce réseau est nettement moins féminin que dans le cas de la famille. En effet, si les communications avec les amis des parents sont réalisées principalement avec des femmes (65 %), les communications avec les copains des enfants et les simples relations sont beaucoup plus mixtes (respectivement 55 % et 42 % des copains et des simples relations sont de sexe masculin). A l'évidence, les relations amicales sont plus souvent des relations inter-individuelles que les relations familiales qui sont soit des relations interménages, soit des relations inter-femmes.

## 2.2 - Le contenu des communications amicales

Le contenu des communications téléphoniques avec les amis ou assimilés varient selon les interlocuteurs. Ainsi, avec les amis des parents, les communications téléphoniques sont le plus souvent tournées vers la gestion d'activités (41 %), relatives soit à la vie sociale (48 %), soit à la vie privée (39 %). Les discussions et conversations ne sont cependant pas absentes de ce trafic téléphonique puisqu'elles représentent le tiers des communications ; ainsi les communications téléphoniques avec les amis des parents sont-elles légèrement plus relationnelles (52 %) que fonctionnelles (48 %).

Le contenu des communications téléphoniques avec les simples relations sont en revanche plus orientées vers l'échange d'information (41 %), relatif soit à la vie sociale (45 %) soit à la vie active (25 %). Les discussions



sont donc moins fréquentes, l'utilisation du téléphone est ici plus fonctionnelle (57 %) que relationnelle (43 %). Rien d'étonnant en fait puisque les relations avec de simples connaissances sont beaucoup moins personnalisées que les communications avec les individus considérés comme des amis. Les conversations téléphoniques avec les simples relations sont ainsi plus proches de l'échange non marchand d'information que de l'échange de nouvelles.

Avec les copains des enfants, les communications téléphoniques sont principalement consacrées à la gestion d'activités (41 %), relatives soit à la vie sociale (54 %) soit à la vie active - scolarité, études - (22 %). Les discussions représentent cependant 29 % du trafic téléphonique ; rappelons pour mémoire que près du tiers du trafic est mixte à savoir composé de communications au double contenu relationnel et fonctionnel.

Le contenu des communications téléphoniques avec ces trois types d'interlocuteurs évoluent également en fonction des fréquences d'appel et de rencontre. Les amis ou copains qui se téléphonent ou se rencontrent tous les jours ont des communications beaucoup plus relationnelles que les autres. Si l'on ne se téléphone pas quotidiennement, alors le degré de fonctionnalité des communications téléphoniques augmente avec les fréquences de rencontre et d'appel téléphonique. Ces rappels et précisions réalisés, il convient maintenant d'évaluer dans quelle mesure il existe des pratiques téléphoniques différenciées avec ces correspondants.

### 2.3 - Des réseaux téléphoniques de relation amicale différenciés

Les pratiques téléphoniques ainsi que les structures des réseaux de relation amicale sont différentes selon les catégories d'individu.

#### 1) Qui se ressemblent se téléphonent !

Si l'on met en regard les caractéristiques socio-économiques des individus et de leurs correspondants "amicaux", on est assez frappé de la proximité qui existe entre eux. On vérifie, ainsi au téléphone comme dans la vie, la pertinence relative de l'adage "qui se ressemblent, s'assemblent".

Certes, la place privilégiée des femmes dans l'utilisation quotidienne du téléphone subsiste. Elles téléphonent 2,5 fois plus à des amis que les hommes et près de deux fois plus à leurs relations ou connaissances. Cependant, les communications amicales impliquent moins systématiquement les femmes que les communications familiales. Par exemple, lorsque les hommes téléphonent à leurs amis, ce sont plus d'une fois sur deux des amis masculins ; de même lorsqu'ils téléphonent à leurs simples relations, ce sont dans plus de 60 % des cas des hommes. Bien évidemment, les femmes téléphonent plus fréquemment à des amies (77 %) qu'à des amis (23 %), à leurs relations féminines (61 %) qu'à leurs relations masculines (39 %). Les réseaux de relations amicales les plus mixtes sont, comme prévu, les réseaux des enfants. Les communications avec les copains des enfants sont dans plus de 40 % des cas des relations garçon-fille. L'idée du téléphone mixte pour les enfants mise en avant dans le chapitre précédent trouve ainsi une nouvelle confirmation.

Non seulement les relations téléphoniques amicales sont caractérisées par une plus grande proximité entre sexe, mais elles sont également marquées par une double proximité liée à l'âge et à la C.S.P.. Par exemple, les amis et les relations des personnes âgées de 20 à 30 ans sont respectivement dans 72 % et 58 % des cas des personnes âgées de moins de 30 ans ; de même, les amis et relations des plus de 60 ans sont respectivement pour 85 % et 77 % des individus âgés de 60 ans et plus.

De même, les communications téléphoniques avec les amis ou les relations se font la plupart du temps entre individus de C.S.P. assez proches. Par exemple, les hommes actifs, comme les femmes actives aisées, communiquent dans près de 2 cas sur trois avec des amis ou relations eux-mêmes rattachés à des C.S.P. aisées (patrons, cadres, professions libérales ...) . De même, les actifs modestes téléphonent au moins une fois sur deux à des amis ou relations appartenant eux aussi à la catégorie des actifs modestes ; les inactifs téléphonent le plus souvent à des inactifs,...

Cette proximité relative des caractéristiques socio-économiques des individus appartenant au réseau téléphonique de relation amicale d'une même personne n'est pas surprenante dans la mesure où elle ne fait que renvoyer, à travers l'usage domestique du téléphone, une image de la sociabilité amicale des individus. Cependant, le degré de proximité mis en évidence par l'utilisation quotidienne du téléphone nous semble plus intéressant. Le téléphone n'opère aucun décloisonnement des structures de sociabilité, bien au contraire, la communication à distance apparaît ainsi encore plus fondamentalement comme une communication entre proches dans toutes les dimensions affective, métrique, sociologique, démographique, économique de ce terme.

## 2) Le modèle masculin et le modèle féminin

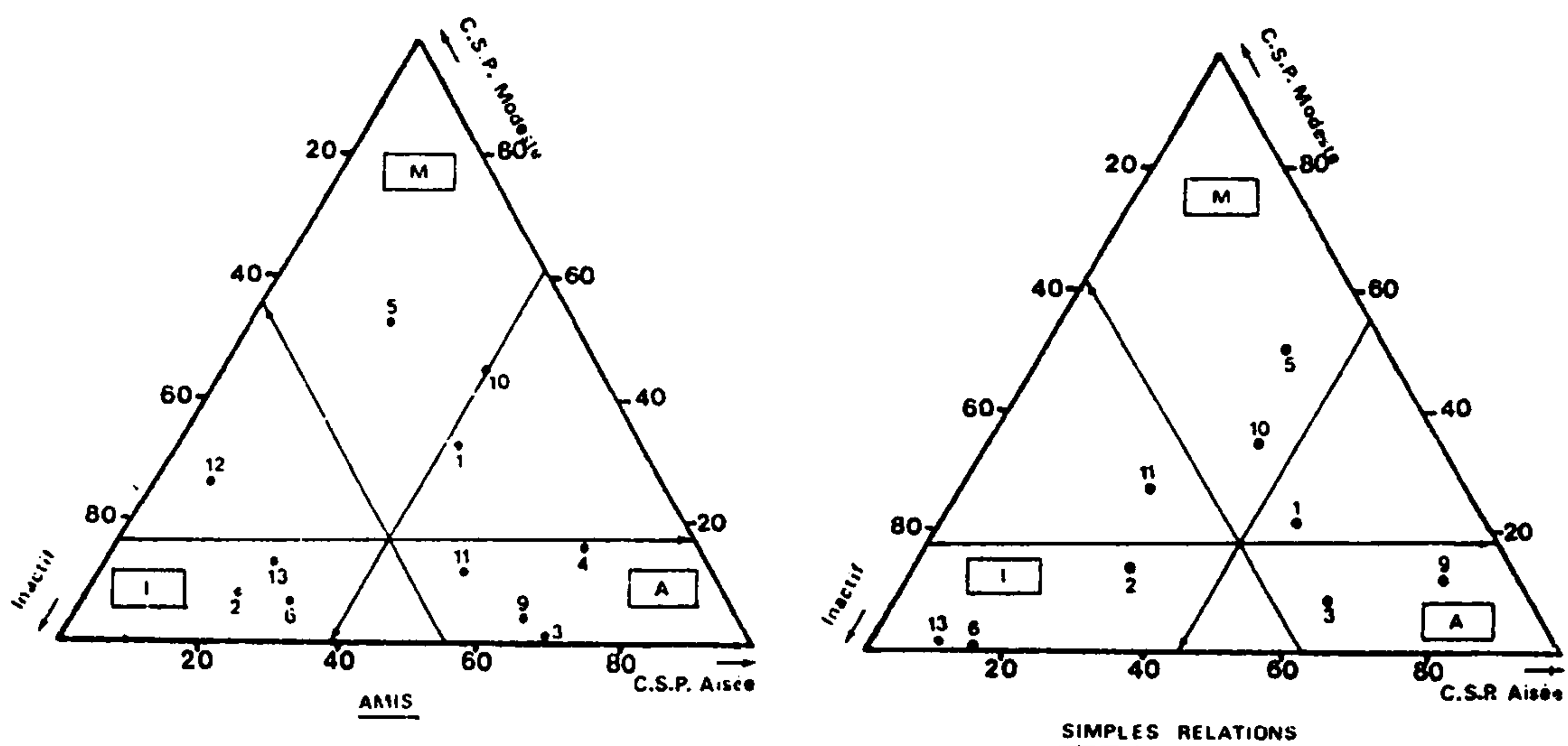
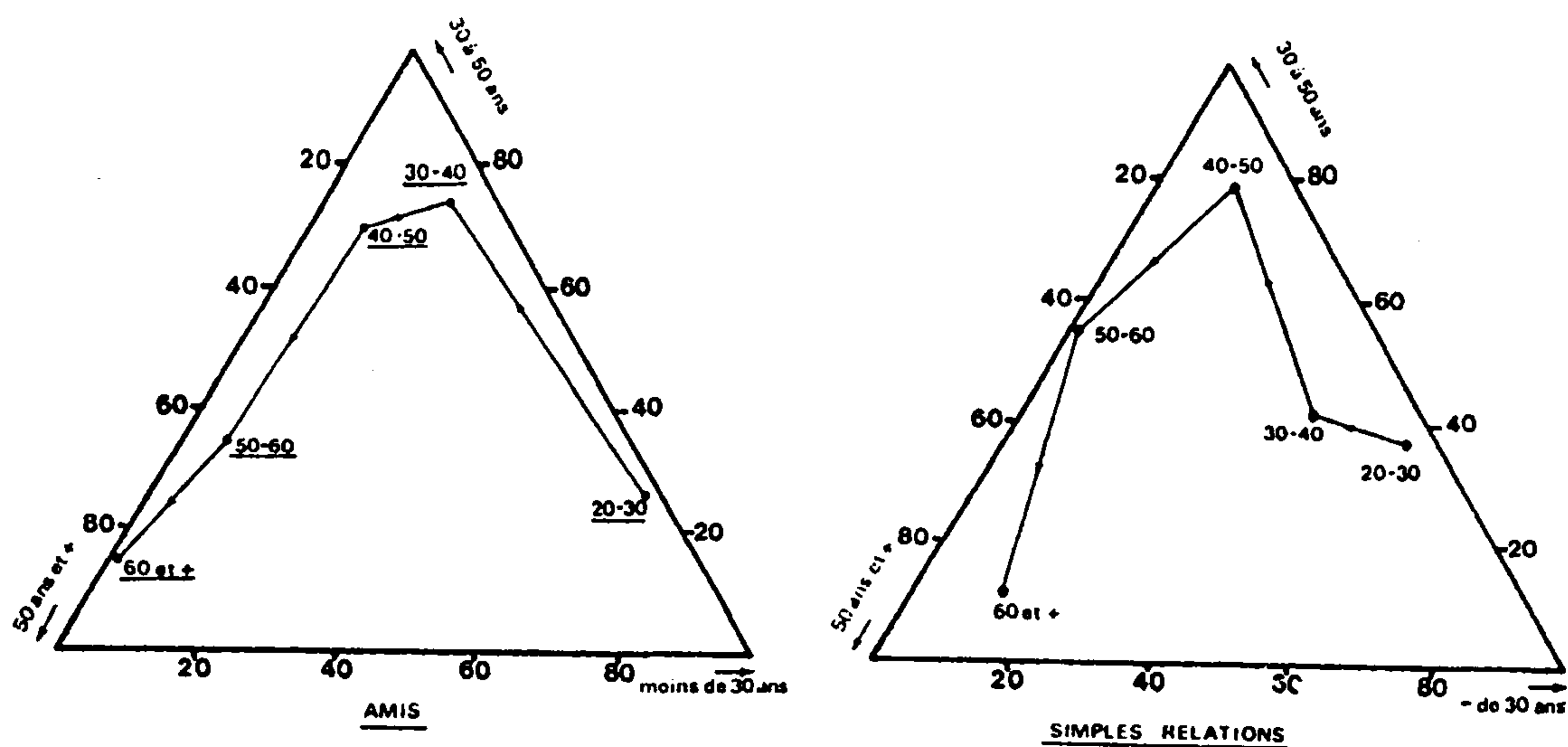
Comme pour les relations familiales, il existe bien deux modèles différenciés de relations téléphoniques amicales, cependant les modèles masculin et féminin semblent relativement plus proches.

Le réseau de relations amicales des hommes mariés est constitué pour les 2/3 d'amis et pour le 1/3 restant, de simples relations. En regard, celui des femmes mariées accorde une place encore plus importante aux amis (78 %) qu'aux simples connaissances. Le contenu des communications téléphoniques échangées sur ces réseaux diffère. Les hommes discutent moins que les femmes, ils échangent des informations et gèrent des activités pour l'essentiel (77 à 88 %). Si les communications des hommes comme des femmes mariées avec leurs amis et relations portent principalement sur la vie sociale (environ 50 %), les hommes parlent plus fréquemment de leur vie active (22 %) que les femmes (13 %), qui discutent relativement plus souvent de sujets relatifs à leur vie privée.

Tout semblerait donc indiquer, une fois encore, que les femmes aient des pratiques téléphoniques amicales plus relationnelles que les hommes : elles ont plus d'amis proches, discutent plus fréquemment de leur vie privée. Or, paradoxalement, le résultat obtenu est inversé. Avec les amis les hommes ont des communications téléphoniques légèrement plus, ou aux incertitudes près, tout aussi relationnelles (51,5 %) que les femmes (50 %). Si les communications téléphoniques avec les simples relations sont toujours plus fonctionnelles que relationnelles, elle le sont un peu moins pour les hommes (58 % de communications



SCHEMA 4.4 Les proximités amicales



- 1 Célibataire Actif
- 2 Célibataire Inactif
- 3 Homme Actif Aisé Standardiste
- 4 Homme Actif Aisé
- 5 Homme Actif Modeste
- 6 Homme Retraité
- 7 Homme Etudiant
- 8 Ecolier
- 9 Femme Active Aisée
- 10 Femme Active Modeste
- 11 Femme Inactive Aisée
- 12 Femme Inactive Modeste
- 13 Femme Retraitée
- 14 Femme Etudiante
- 15 Ecolière



plutôt fonctionnelles) que pour les femmes (63 %). Pour expliquer ce résultat assez surprenant par rapport aux tendances lourdes des pratiques téléphoniques des hommes et des femmes, nous développerons l'hypothèse d'une double valorisation du trafic téléphonique amical des hommes :

- la première valorisation porte sur la distinction ami-simple relation ; il semblerait en effet que les hommes aient une perception plus stricte de l'ami par rapport aux femmes ; ainsi certaines personnes peuvent-elles être perçues comme de simples relations pour les hommes alors qu'elles seront des amis pour les femmes ;
- la deuxième valorisation dont nous avons eu l'occasion de parler, porte sur la lecture masculine de la grille des motifs qui nous a semblé plus fonctionnalisée que celle des femmes (il semble que les hommes aient préféré valoriser leurs communications en cochant de préférence "s'entretenir d'un problème" à "échanger des nouvelles") ; ainsi de nombreuses communications masculines, ayant pour but l'échange d'information, ont-elles été identifiées soit comme des communications relationnelles pures, soit comme des communications principalement relationnelles.

Ce double glissement, des amis vers les simples relations, de la discussion vers l'échange d'information, explique sans doute le paradoxe précédent. Le modèle masculin et le modèle féminin de relations téléphoniques amicales, c'est sans doute aussi cela.

### 3 - LE RESEAU TELEPHONIQUE DE RELATION DE VOISINAGE

Compte tenu de la rareté des relations téléphoniques de voisinage (78 voisins contactés pendant la semaine d'enquête, 101 communications téléphoniques de voisinage), il n'est pas question de prétendre pouvoir aller très loin dans l'analyse. Cependant, plusieurs tendances lourdes méritent d'être évoquées.

La rareté relative des relations téléphoniques entre voisins est une première tendance lourde. Elle vient à notre sens de trois raisons principales :

- les relations de voisinage en milieu urbain sont relativement faibles ;
- il n'y a par ailleurs aucune raison pour qu'un voisin deviennent systématiquement une relation intime autorisant l'intrusion téléphonique ;
- enfin, quand bien même le voisin deviendrait un "proche", la proximité physique induit plus facilement des relations face à face que des relations téléphoniques ; de fait les fréquences de communication téléphonique avec les voisins sont beaucoup plus faibles que les fréquences d'appel avec la famille et les amis.

La deuxième tendance lourde concerne le caractère fondamentalement féminin des relations téléphoniques de voisinage. En effet, les femmes téléphonent cinq fois plus fréquemment à leurs voisins que les hommes ; les voisins contactés sont dans 85 % des cas des voisines. Les relations téléphoniques de voisinage étant principalement des communications émises par les inactifs, il n'est guère étonnant de retrouver ce rôle prépondérant joué par les femmes

dans le trafic téléphonique de voisinage.

Enfin, les modèles masculin et féminin des relations téléphoniques de voisinage sont tout à fait opposés en termes de contenu des communications. Le faible trafic téléphonique des hommes avec leurs voisins est très fonctionnel (75 %), alors que celui des femmes est le plus souvent relationnel (74 %). Les hommes ne discutent presque jamais avec leurs voisins, ils s'informent et gèrent des activités liées le plus souvent à la vie sociale (67%). En revanche les femmes discutent et s'informent principalement avec leurs voisines au sujet de la vie privée (56 %) et de leur vie sociale (44 %).

Bien entendu, le téléphone ne donne sans doute qu'une mauvaise image des relations de voisinage, dans la mesure où, si la communication à distance est tout à fait adaptée aux communications entre proches, elle ne l'est sans doute qu'au delà d'un certain seuil de proximité. Les relations de voisinage échappent donc sans doute en grande partie au marché du téléphone.

#### 4 - LE RESEAU TELEPHONIQUE DE RELATION ASSOCIATIVE

La vie associative s'est considérablement développée en France. Plus de la moitié des individus sont membres d'une association. Il semblait donc logique que cette vie associative, apparemment bouillonnante, induise un trafic téléphonique car de nombreuses personnes y compris dans notre échantillon ont des responsabilités dans cette multitude d'association (plus de la moitié des personnes de notre échantillon font partie d'au moins une association). On pouvait enfin penser que la vie associative serait sans doute l'un des creusets de la sociabilité des ménages.

C'est à peu près tout le contraire que l'on observe. Premièrement, les communications téléphoniques entre membres d'une même association sont assez rares (123 communications au cours de la semaine d'enquête). Elles sont d'autant plus rares que les fréquences de communication entre membre d'une même association s'étant téléphonés (lors de la semaine d'enquête) sont extrêmement faibles : 30 % seulement se téléphonent en moyenne plusieurs fois par semaine. Les fréquences de rencontre face à face sont par contre presque aussi élevées (50 % plusieurs fois par mois) que les fréquences de rencontres entre amis (55 % plusieurs fois par mois). A la lecture de ces résultats il semble bien, que le téléphone ne soit pas adapté à la sociabilité associative, ou que cette sociabilité soit plus institutionnelle que relationnelle.

A cet égard, le contenu des communications téléphoniques entre membres d'une même association est éclairant. Les conversations téléphoniques sont principalement fonctionnelles (79 %). La discussion, l'échange de nouvelles ne représentent que 6 % du trafic téléphonique associatif. Celui-ci est donc presque exclusivement orienté vers l'échange d'information (49 %) et la gestion d'activités (45 %) relatives à la vie sociale (80 %). Le trafic téléphonique associatif est ainsi assez proche du trafic téléphonique professionnel, on y gère une petite entreprise, l'association, plus que l'on y entretient des relations conviviales, la seule différence étant que l'association dans la plupart des cas s'occupe de la vie sociale des individus et non pas de leur vie active (ou "accés-



soirement" à travers les syndicats).

Enfin, le réseau téléphonique des relations associatives a une particularité : c'est le seul réseau de relation où les hommes téléphonent légèrement plus que les femmes. Cela dit, les pratiques diffèrent encore dans la mesure où les femmes ont des communications encore une fois relativement plus relationnelles (39 %) que les hommes.

Au terme de cette description des réseaux téléphoniques de relation sociale, il semble que le téléphone amplifie et déforme les spécificités des réseaux de relations interindividuelles. Il amplifie tout d'abord dans la mesure où il donne un poids plus important aux relations familiales et amicales que leur importance respective dans les relations face à face. Il déforme ensuite car il réduit très nettement la place qu'occupent les réseaux de voisinage et les réseaux associatifs dans la sociabilité des individus. Le téléphone filtre ainsi, semble-t-il, les différents individus qui composent le réseau. La communication à distance est une communication entre proches dès lors que la proximité physique entre les individus n'est pas celle du voisinage. L'utilisation quotidienne du téléphone opère comme une caisse de résonance des caractéristiques de sociabilité des individus.

La deuxième déformation ou amplification tient au rôle souvent central des femmes dans l'ensemble des réseaux téléphoniques de relation. Le fonctionnement du réseau téléphonique familial ainsi que du réseau de voisinage en sont les meilleurs exemples. Si les femmes ont des pratiques téléphoniques si différentes des hommes, c'est d'abord parce qu'elles ont des réseaux de sociabilité beaucoup plus larges, plus vivants, plus relationnels. Le sexe est donc un déterminant de sociabilité communicationnelle tout à fait important et ce, que les femmes soient ou non actives.

Cela dit, il convient maintenant d'évaluer dans quelle mesure la sociabilité des individus et non plus seulement la seule sociabilité téléphonique est un déterminant de leurs pratiques téléphoniques, car leurs pratiques dépendront non seulement de leur propres caractéristiques, mais aussi des caractéristiques de leur réseau de relation.



## II - SOCIABILITE ET CONSOMMATION TELEPHONIQUE DES INDIVIDUS

Les réseaux de relations sociales des individus sont-ils des déterminants de leur niveau de consommation téléphonique ? Pour répondre à cette question apparemment simple, de nombreuses informations ont été collectées à l'aide du questionnaire "réseau de relation" tant sur la famille que sur les amis, les relations de voisinage, la vie associative, les relations hors-travail avec des collègues de travail, les sorties, loisirs, etc....

Devant cette multitude d'informations très diverses portant tout aussi bien sur les ressources relationnelles (taille de réseau, localisation des individus, types d'individus, ...) que sur les pratiques relationnelles (fréquence de rencontres, fréquence de sorties ...), de nombreux problèmes méthodologiques ont dû être réglés afin d'obtenir des indicateurs synthétiques sur chaque type de réseau de relation qu'il serait trop long d'exposer ici.

Nous nous contenterons de préciser rapidement l'objectif et la démarche retenus dans cette partie. L'objectif recherché était d'obtenir, à l'aide des informations sur les différents types de réseau de relation d'un individu, un indicateur de sociabilité normé permettant de comparer les consommations et les pratiques téléphoniques des moins sociables et des plus sociables. La démarche retenue peut être résumée de la manière suivante :

- analyser les effets des différentes variables dont on dispose pour caractériser tel ou tel type de réseau de relation (taille du réseau, fréquences de rencontre, nature des relations, ...) sur les niveaux de consommation téléphonique des individus avec les membres de ces différents réseaux ;
- construire à l'aide de ces différentes variables élémentaires, une macrovariable simplifiée, permettant de distinguer, pour un même réseau de relation (par exemple familial), différents types de réseau de relation (par exemple réseau familial restreint, moyen, élargi), afin d'analyser les effets de cette macrovariable sur les niveaux de consommation sectorielle et globale des individus ;
- construire à l'aide de ces différentes typologies de réseaux de relation (familiale, amicale, associative, ...) ou de sociabilité (sorties, invitation, ...) des typologies de sociabilité ;
- enfin, à partir de ces typologies de sociabilité, réaliser une typologie synthétique de la sociabilité des individus permettant d'analyser par la suite leurs pratiques téléphoniques.

On aura compris qu'entre la première étape et la dernière étape de cette démarche, on opère une réduction tout à fait considérable de la complexité de la sociabilité des individus. Précisons cependant qu'il n'était pas dans notre volonté d'établir un indicateur très fin de sociabilité. Il s'agissait avant tout d'obtenir un indicateur très grossier permettant d'opposer, de différencier, de comparer les comportements téléphoniques des individus pouvant être considérés comme les plus sociables et les pratiques des individus pouvant être considérés comme les moins sociables.

Pour effectuer cette analyse, nous sommes passés des 663 individus de plus de 13 ans à un échantillon de 505 personnes constitué de l'ensemble des chefs de famille et de leur conjoint pour lesquels nous disposons des ren-

seignements suffisants. Précisons enfin que la plupart des informations sur les réseaux de relation ou la sociabilité sont des indicateurs liés au ménage et non aux individus qui le composent ; de sorte que l'indicateur synthétique de sociabilité, qui sera construit, sera avant tout un indicateur ménage intégrant cependant quelques spécificités individuelles (relations de voisinage, relations associatives).

## **1 - DES RESEAUX DE SOCIABILITE AUX CONSOMMATIONS TELEPHONIQUES**

Dans un premier temps, il convient donc d'étudier les effets des caractéristiques des différents types de réseau (familial, amical, ...) sur les niveaux de consommation téléphonique sectorielle des individus (consommation familiale, amicale, ...) ainsi que sur leur niveau de consommation globale. Nous étudierons dans l'ordre, le réseau de relation familial, puis amical, puis le réseau de relation de voisinage, la vie associative et enfin les sorties, loisirs et invitations diverses, en distinguant systématiquement du fait de leurs pratiques très différentes, les hommes des femmes.

### **1.1 - Le réseau de relation familial**

Le réseau de relation familiale d'un ménage a été défini par l'ensemble des ménages de la famille que les enquêtés rencontraient au moins une fois par an. La consommation téléphonique des individus avec les membres de leur famille dépend : de la taille du réseau, de la fréquence de rencontre avec les personnes qui le composent, ainsi que du degré de polarisation spatiale de ce réseau.

Le volume de communications familiales d'un individu dépend au moins en partie de la taille de son réseau familial. On peut ainsi remarquer que le nombre moyen de communications familiales est multiplié par un facteur de l'ordre de 1,5 lorsque que l'on passe du réseau familial restreint (moins de 5 ménages) à un réseau plus large (plus de 10 ménages).

Deuxièmement, le trafic téléphonique avec la famille dépend également des fréquences de rencontre des individus avec les différents membres de leur famille. L'indicateur de fréquence de rencontre présenté dans le tableau 4.1 cumule en fait la taille et les fréquences de rencontre avec les différents ménages du réseau familial ; c'est déjà un indicateur de sociabilité familiale. Cependant, si l'on raisonne à taille de réseau constante, les écarts de consommations varient de 1,5 à 1,8 entre les fréquences élevées et les fréquences faibles. Par exemple, les hommes et les femmes disposant d'un réseau familial composé de 10 ménages et plus ont une consommation téléphonique qui varie de l'indice 100 à l'indice 180 lorsque l'on passe des fréquences de rencontre faibles aux fréquences de rencontre élevées.



Nombre de communications familiales	Taille du réseau			Fréquence de rencontre		Localisation	
	< 5	5 à 9	100 et +	faible	élevée	polarisée	dispersée
Hommes	1,6	2,05	2,5	1,4	2,5	2,4	1,9
Femmes	4,3	5,3	6,3	3,8	6,4	6,1	4,9

Tableau 4.1 : Réseau de relation et consommation familiales

Enfin, la consommation téléphonique familiale dépend du degré de polarisation spatiale du réseau familial par rapport au domicile des enquêtés. Compte tenu de la faible mobilité résidentielle de notre échantillon, la plupart des réseaux de relation familiale sont très polarisés. Nous avons simplement distingué les individus ayant les réseaux les plus polarisés (au moins 70 % dans Rhône-Alpes) et les individus ayant les réseaux les moins polarisés (moins de 70 % dans Rhône-Alpes). Les individus ayant un réseau plutôt polarisé ont en moyenne une consommation téléphonique familiale 1,2 fois plus élevée que les autres ; ce résultat reste d'ailleurs stable lorsque l'on passe des hommes aux femmes, des réseaux restreints aux réseaux élargis, des fréquences faibles aux fréquences de rencontre élevées.

La consommation téléphonique familiale des individus dépend donc au moins pour partie de deux ressources, de deux indicateurs de potentialités de relation (la taille du réseau familial et sa configuration spatiale, sa proximité ou son éloignement) et, plus fondamentalement, des pratiques relationnelles qui se développent au sein de ce réseau (fréquence de rencontre). Afin de distinguer de manière très simple, différents types de réseau de relation familiale, nous avons croisés la taille du réseau et les fréquences de rencontre au sein de ce réseau. Ceci permet d'obtenir un indicateur très grossier de sociabilité familiale des individus que l'on peut rapporter, à leur niveau de consommation téléphonique familiale, et à leur volume de consommation globale (cf. tableau 4.2).

S'il existe une corrélation certaine entre le degré apparent de sociabilité familiale et le nombre de communications des individus avec leur famille, il serait par contre tout à fait hasardeux de rechercher une causalité entre les niveaux de sociabilité familiale et le volume global de communications. En effet, les hommes ayant un réseau familial restreint et des fréquences de rencontre relativement faibles téléphonent en moyenne plus souvent que les autres. Il est possible en revanche de trouver chez les femmes une certaine relation entre leur sociabilité familiale et leur consommation téléphonique globale, cependant les écarts observés restent assez faibles. Cela signifie d'une part que le poids de la famille est plus important dans les pratiques téléphoniques des femmes que des hommes, et d'autre part, qu'il y a sans doute des compensations entre réseaux de sociabilité, par exemple avec les réseaux de sociabilité amicale.



Taille du réseau Fréquence de rencontre		Nombre de Communications			
		HOMMES		FEMMES	
		Total	Famille	Total	Famille
Taille < 5	faible	7,9	1,4	13,6	2,9
	élevée	6,9	1,9	13,9	6,6
Taille [6,9]	faible	6,9	1,4	12,5	4,6
	élevée	6,3	2,6	14,7	5,8
Taille > 10	faible	3,9	1,5	11,9	3,8
	élevée	6,7	2,7	15,2	6,9

Tableau 4.2 : Sociabilité familiale et consommation téléphonique

1.2 - Le réseau de sociabilité amicale

Le repérage du réseau de relation amicale réalisée lors de l'enquête est tout à fait imparfait car très incomplet. On peut cependant évaluer de manière très approximative sa taille, ainsi que la densité des relations qui s'y déroulent à travers les fréquences de rencontre. Comme précédemment, la consommation téléphonique amicale est étroitement corrélée à ces deux variables caractéristiques d'un réseau de relation.

Cependant, il convient encore une fois d'être extrêmement modeste quant au type d'indicateur de sociabilité amicale que l'on peut construire sur la base des informations dont nous disposons. Nous avons été ainsi amenés à retenir six types de réseaux de relation amicale en distinguant les réseaux de cinq amis au plus et les réseaux de taille supérieure au sein desquels les fréquences de rencontre sont élevées (plusieurs fois par semaine), moyenne (plusieurs fois par trimestre) et faibles (plusieurs fois par an).

Encore une fois, les résultats présentés dans le tableau 4.3 montrent qu'il existe une corrélation certaine entre le nombre de communications amicales, au sens strict ou élargi (simple relation) et le niveau apparent de sociabilité amicale des individus. Les fréquences de rencontre avec les amis ou relations semblent à cet égard être plus explicatives que la taille du réseau amical. Cependant, malgré l'importance des communications amicales dans le trafic téléphonique, il est difficile de trouver une corrélation très directe entre le nombre de communications hebdomadaire des individus et leur niveau de sociabilité amicale. Ce n'est donc pas en maîtrisant une partie de la consommation téléphonique des individus, en l'occurrence leur consommation amicale, que l'on maîtrisera pour autant leur niveau de communication globale.

Taille du Réseau  Fréquence de rencontre		Nombre de Communications					
		H O M M E S			F E M M E S		
		Total	Amis	Amis + Relations	Total	Amis	Amis + Relations
Taille ≤ 5	élevée	6,1	2,3	2,4	17,3	5,7	6,7
	moyenne	6,5	1	1,5	13,7	3	3,9
	faible	6,4	0,4	1,1	10,5	1	2,1
Taille > 5	élevée	8,4	3,8	4	12,7	4,2	5,3
	moyenne	7,2	1,5	2,4	15	3,8	4,8
	faible	3,6	0,4	0,5	12,9	3,2	4,4

Tableau 4.3 : Sociabilité amicale apparente et consommation téléphonique

1.3 - Le réseau de relation de voisinage

Bien que le téléphone soit très rarement utilisé pour des conversations de voisinage, la nature des relations qu'entretient un individu avec ses voisins est un indicateur partiel de son degré de sociabilité. Quatre types de relation de voisinage peuvent être distinguées : l'absence de relation, les relations "polies" (échange de salutation, discussions générales), les relations "serviables" (échange de services), les relations "amicales" (invitations, visites).

Bien évidemment, les communications téléphoniques de voisinage n'existent que dès lors que les relations sont soit serviables, soit amicales. Elles restent de toute manière assez exceptionnelles, bien qu'une majorité de la population (55 %) entretienne des relations de voisinage serviables ou amicales.

Nous avons alors distingué deux types de sociabilité de voisinage : une sociabilité très faible (aucune relation ou relation polie) et une sociabilité vivante (relations serviables ou amicales). Si l'on considère le degré de relation de voisinage comme un indicateur sectoriel de la propension d'un individu à communiquer avec des personnes physiquement proches mais qui n'ont aucune raison d'être socio-affectivement proches, on devrait logiquement retrouver des niveaux de consommation téléphonique différenciés, qui sont eux-mêmes un indicateur partiel de la propension à communiquer des individus.

De fait, on observe un différentiel de consommation téléphonique de l'ordre de 10 % entre les personnes (hommes ou femmes) ayant des relations de voisinage et les individus n'en ayant pas ou presque pas. Bien que ce différentiel soit assez faible, il reste significatif car il est relativement stable quelle que soit les catégories d'individus considérées.



#### 1.4 - La vie associative

La participation d'un individu à la vie associative peut être évaluée à travers le nombre d'associations auxquelles il appartient et son degré de participation à la vie de ces associations (simple adhérent, membre actif, responsable). Comme pour les voisins, les communications entre membres d'une même association sont assez rares. Cependant, le type de participation d'un individu à la vie associative n'est-elle pas également un indicateur apparent de son degré de sociabilité ?

La consommation téléphonique d'un individu avec les membres d'une association, dès lors qu'il y adhère, ne dépend pas tant du nombre d'associations auxquelles l'individu appartient que de son degré de participation à la vie de ces associations. L'appartenance à une association n'induit un trafic téléphonique correspondant significatif que lorsque l'individu est responsable d'au moins une association (1 à 2 communications par semaine en moyenne).

Dès lors, on dispose d'un indicateur de sociabilité associative simple mais suffisant dans le cadre de cette étude en distinguant : les individus n'appartenant à aucune association, les simples adhérents, les membres actifs et les responsables d'association. Sur la base de cette typologie, le degré de sociabilité associative, comme indicateur apparent et sectoriel de sociabilité des individus, se révèle tout à fait corrélé au volume global de communication téléphonique. Par exemple, les hommes et les femmes responsables d'association ont des consommations téléphoniques 1,7 fois supérieures aux individus n'appartenant à aucune association. De même les individus (hommes ou femmes) ne seraient-ce que simples adhérents d'une association ont une consommation téléphonique de l'ordre de 15 % supérieure à la consommation des personnes n'appartenant à aucune association.

Bien évidemment ces résultats sont très sommaires car le type d'association auquel l'individu appartient est un critère tout à fait indispensable pour définir son type de sociabilité associative. Signalons simplement que les membres d'associations qui ont la consommation téléphonique la plus élevée sont ceux qui appartiennent aux associations de loisirs et de culture alors que ceux qui téléphonent le moins sont les membres des associations sportives.

#### 1.5 - Les sorties, invitations, loisirs

Afin d'appréhender la sociabilité des ménages au regard non plus des seuls réseaux de relation, mais de leurs pratiques de sorties, nous avons recensés deux types d'information : les sorties et les loisirs du ménage au cours de la semaine d'enquête, et les fréquences moyennes de sorties des ménages autour de quatre types de "sorties" : les sorties culturelles (cinéma, théâtre, ...), les sorties sportives, les sorties "gastronomiques" (restaurant) et les invitations.

A l'aide de ces informations, on peut construire de multiples indi-



cateurs de sociabilité vécue et de sociabilité apparente afin d'analyser les effets de différents niveaux de sociabilité sur les consommations téléphoniques des individus. Nous ne retiendrons ici que les plus simples, à savoir : le nombre de sorties différentes ou assimilés (invitation) au cours de la semaine d'enquête et les fréquences moyennes par type de sortie (cf Tableau 4.4).

S O R T I E S	Nombre de communications	
	HOMMES	FEMMES
Nombre de sorties de type différent durant la semaine d'enquête :		
- Aucune	5	11,2
- Une	5,2	14,5
- Deux	7,6	13,2
- Trois et plus	10,4	17,2
Fréquence moyenne de sorties :		
- <u>Cinéma, théâtre</u>		
souvent :	10,1	15,5
jamais :	4	14,4
- <u>Restaurant</u>		
souvent :	8,9	13,3
jamais :	5,5	17
- <u>Sport</u>		
souvent :	6,4	11,6
jamais :	6,1	13,6
- <u>Invitation</u>		
souvent :	7,2	15
jamais :	5	21,3

Tableau 4.4 : Sorties et consommation téléphonique

Les résultats obtenus à l'aide de ces indicateurs sont tout à fait enrichissants :

- la consommation téléphonique des individus est assez bien corrélée à leur nombre de sorties différentes au cours de la semaine d'enquête ; il semble bien que, plus l'on sort, plus l'on téléphone, ne serait-ce que pour préparer, gérer organiser ces sorties ;
- la consommation téléphonique des hommes est relativement bien corrélée à leurs fréquences moyennes de sortie : cela est surtout vrai pour les sorties culturelles et gastronomiques ainsi que pour les invitations ; les hommes qui vont souvent au cinéma par exemple, téléphonent 2,5 fois plus souvent que les hommes qui n'y vont jamais, et 1,5 fois plus souvent que ceux qui n'y

- vont que rarement ;
- en revanche, la consommation téléphonique des femmes est beaucoup moins sensible à leurs fréquences de sortie ; les femmes qui ne sortent jamais téléphonent plutôt moins que les femmes qui sortent souvent ; il convient cependant de nuancer cette première conclusion, en remarquant qu'il existe une relative stabilité de la consommation téléphonique des femmes dès lors qu'elles sortent ne serait-ce que rarement.

Ces comportements une fois encore très différents des hommes et des femmes méritent quelques explications pouvant être organisées autour de deux réflexions relatives, l'une à la notion de trafic d'intérêt collectif, l'autre à la notion de téléphone contrepoids :

- la relative moindre sensibilité de la consommation téléphonique des femmes à leur degré de sociabilité apparente exprimée par des indicateurs de sortie s'explique assez bien si l'on se rappelle que le trafic téléphonique des femmes est pour partie un trafic d'intérêt collectif ; on comprendra tout à fait bien ce phénomène à travers l'exemple suivant : si la propension à répondre au téléphone des hommes dépendra au moins en partie de leur degré de sociabilité, compte tenu de la division des rôles traditionnelle au sein des ménages, la propension des femmes à répondre au téléphone dépendra beaucoup moins de leur niveau de sociabilité : les hommes ayant une consommation téléphonique beaucoup plus personnalisée, il est donc logique que leur propre consommation soit assez sensible à leur degré de sociabilité apparente ;
- par ailleurs, les femmes qui ne sortent jamais, et n'invitent personne chez elles, sont la plupart du temps des femmes âgées, vivant seules, à mobilité réduite ; le téléphone devient alors presque leur seul moyen de sociabilité, le seul lien les rattachant au monde extérieur ; le téléphone comme contrepoids à leur isolement relatif est ainsi très utilisé ; cet usage du téléphone étant beaucoup moins répandu chez les hommes, on comprendra que la relation entre sociabilité apparente et niveau de consommation soit beaucoup plus linéaire chez les hommes.

Plus généralement, on remarquera que les relations entre des indices sectoriels de sociabilité et les consommations téléphoniques sectorielles ou globales des individus sont assez complexes. Parfois, il existe une assez bonne corrélation entre indice sectoriel de sociabilité et consommation téléphonique sectorielle, mais aucune corrélation avec la consommation téléphonique globale (relations familiales et amicales). D'autres fois, il existe des interrelations différentes selon les catégories d'individu entre indice de sociabilité et consommation téléphonique (sorties, invitation).

En fait cette complexité des relations entre indices apparents de sociabilité et niveau de consommation téléphonique tient à deux variables :

- la sensibilité du trafic téléphonique des différentes catégories d'individus à leur degré de sociabilité, qui tient elle-même pour partie à la spécificité ou à la "personnalisation" relative de leur consommation téléphonique (les hommes par rapport aux femmes) ;
- au sens dans lequel joue cette sensibilité sachant que trois cas de figure sont possibles :
  - . une relation linéaire entre degré de sociabilité et volume de communication ;
  - . une relation inversée de type sociabilité élevée-consommation téléphonique



- faible ; par exemple, certains actifs sortant très fréquemment seront rarement présents chez eux, donc téléphoneront relativement peu ;
- une autre relation inverse de type sociabilité faible-consommation élevée, correspondant par exemple au cas de personnes à mobilité réduite dont la sociabilité en apparence inexistante se retrouvera de fait uniquement à travers leur sociabilité téléphonique.

Face à l'ampleur de ces problèmes méthodologiques, on ne peut être que prudent quant à la construction d'un indicateur synthétique de sociabilité des individus. Cette réserve n'interdit pas cependant tout effort dans ce sens, dès lors qu'un indicateur, même grossier, de sociabilité apparente peut être élaboré.

## 2 - VERS UNE TYPOLOGIE "GROSSIERE" DE LA SOCIABILITE DES INDIVIDUS

Selon M. FORSE, la sociabilité des individus peut être analysée en fonction de deux types de sociabilité : leur sociabilité interne et leur sociabilité externe pouvant se différencier au moins au niveau purement formel par les différents lieux où elles se déroulent (domicile, lieu de travail, lieux publics, ...). "A partir de cette classification fondée sur la localisation (...) on peut définir l'interne comme mode de sociabilité par la proximité au foyer qu'il implique, non plus comme lieu, mais cette fois comme valeur ou norme ; par opposition, on pourra parler de sociabilité externe chaque fois que la relation traduira une certaine distance (voire émancipation) par rapport à cette norme".

Pour construire un indicateur synthétique de sociabilité apparente, nous avons repris cette démarche en faisant l'hypothèse que la structure de la sociabilité d'un individu entre l'interne et l'externe comptait tout autant, si ce n'est plus, que son degré apparent de sociabilité générale.

### 2.1 - L'indice de sociabilité interne

Si l'on définit la sociabilité interne comme une sociabilité dont le référentiel est le foyer, à la fois comme norme sociale et lieu, on peut considérer que l'on dispose de quatre indicateurs partiels et interdépendants de sociabilité interne : le réseau de relation familiale, les relations de voisinage, les invitations au cours de la semaine d'enquête ainsi que les fréquences moyennes d'invitation.

La "méthode" tout à fait artisanale retenue pour définir un indicateur de sociabilité interne a tout simplement consisté, sur la base des différentes typologies élaborées sur chaque indice sectoriel, à attribuer une note à chaque type de réseau de relations et à additionner pour chaque individu les notes obtenues (cf. tableau 4.5). On obtient ainsi un indice de sociabilité interne qui varie de 6 à 18, l'indice moyen de sociabilité interne pour l'ensemble de



la population étant de 14,3. Compte tenu des critères de pondération très faibles retenus pour différencier les modalités d'un même indice sectoriel de sociabilité, les deux tiers de la population ont un indice de sociabilité interne relativement moyen, c'est-à-dire compris entre 12 et 16.

Type de sociabilité	MODALITES	Note attribuée
Familiale	. Taille $\leq 5$ fréquence :	
	. faible	1
	. élevée	4
	. Taille [6,9] fréquence :	
	. faible	2
	. élevée	4
	. Taille $\geq 10$ fréquence :	
	. faible	3
	. élevée	5
Voisinage	. Aucune relation ou relation de politesse	2
	. Relation amicale ou serviable	4
Invitation pendant la semaine d'enquête	. Aucune invitation	2
	. Au moins une invitation	4
Fréquence d'invitation	. jamais	1
	. rarement	2
	. de temps en temps	4
	. souvent	5
		Minimum : 6 Maximum : 18

Tableau 4.5 : L'indice de sociabilité interne

La consommation téléphonique des individus varie-t-elle en fonction de leur degré de sociabilité interne ? A la lumière des résultats présentés dans le tableau 4.6 on est en droit de répondre oui. Les individus (hommes ou femmes) ayant une sociabilité interne élevée ont une consommation téléphonique de l'ordre de 40 % supérieure à la consommation téléphonique des individus à sociabilité interne relativement faible. A notre avis, on ne peut guère raisonner sur les individus ayant un indice moyen de sociabilité interne car cette catégorie est sans doute très hétérogène ; il convient cependant de constater que leur consommation téléphonique moyenne se situe entre les deux précédentes.

Degré de sociabilité interne	HOMMES		FEMMES	
	Nombre	Consommation	Nombre	Consommation
Faible [6,11]	33	6,0	35	11,7
Moyenne [12,16]	162	6,3	175	13,7
Elevée [17,18]	44	8,4	56	16,6

Tableau 4.6 : Sociabilité interne et consommation téléphonique

## 2.2 - L'indice de sociabilité externe

Type de sociabilité	MODALITES	Note
Amicale	Nombre d'amis ≤ 5	
	Fréquence de rencontre :	
	. plusieurs fois/semaine	4
	. plusieurs fois/trimestre	2
	. plusieurs fois/an	1
	Nombre d'amis > 5	
Associative	. plusieurs fois/semaine	5
	. plusieurs fois/trimestre	3
	. plusieurs fois/an	2
Sorties dans la semaine d'enquête	. Aucune association	2
	. Simple adhérent	3
	. Membre actif	4
	. Responsable	5
Fréquence de sorties (culturelle et gastronomique)	. Aucune	2
	. Une	4
	. Deux	5
	. Trois et plus	6
Fréquence de sorties (culturelle et gastronomique)	. Jamais	0
	. Très rarement	1
	. Rarement	2
	. Temps en temps	3
	. Assez fréquemment	4
	. Fréquemment	5
	. Très souvent	6
		Minimum : 6 Maximum : 22

Tableau 4.7 : L'indice de sociabilité externe

Si l'on définit la sociabilité externe comme la sociabilité qui établit

une certaine distance physique et sociale par rapport au foyer comme lieu et norme sociale, on dispose alors de quatre indicateurs sectoriels et interdépendants de sociabilité externe : le réseau de relation amical, la vie associative, les sorties durant la semaine d'enquête et la fréquence de sortie.

La méthode retenue pour définir un indicateur de sociabilité externe est exactement la même que celle utilisée pour construire l'indicateur de sociabilité interne. L'indice de sociabilité externe ainsi obtenue varie de 6 à 22, l'indice moyen obtenu pour l'ensemble de la population étant de 11,3.

La consommation téléphonique des individus varie en fonction de leur degré de sociabilité. Si l'on distingue comme précédemment, une sociabilité externe moyenne dès lors que l'indice est compris entre 9 et 13, élevée au delà, faible en deçà, on obtient les résultats suivants (cf. Tableau 4.8).

Degré de sociabilité externe	HOMMES		FEMMES	
	Nombre	Consommation	Nombre	Consommation
Faible ≤ 8	43	4	63	12
Moyenne [9,13]	115	6,7	140	14,2
Elevée > 14	71	9	63	15,7

Tableau 4.8 : Sociabilité externe et consommation téléphonique

La consommation téléphonique des individus (hommes ou femmes) augmente en fonction de leur degré apparent de sociabilité externe. Cependant, les effets sont beaucoup plus nets chez les hommes que chez les femmes. Les hommes dont la sociabilité externe est élevée téléphonent 2,25 fois plus souvent que les hommes à faible sociabilité externe. Les écarts sont beaucoup moins nets chez les femmes pour les raisons évoquées précédemment ; par ailleurs, du fait de leurs pratiques téléphoniques plutôt familiales, relationnelles, orientées vers la vie privée, la consommation téléphonique des femmes est sans doute plus sensible à leur degré de sociabilité interne qu'à leur niveau de sociabilité externe.

### 2.3 - L'indice de sociabilité

Sur la base des deux indicateurs précédents, nous avons construit un indice grossier de sociabilité apparente de la manière la plus simple qui soit en agrégeant de manière additive les deux indicateurs précédents. Théoriquement, cet indice peut varier de 12 à 40 ; sur la population étudiée il va de 12 à 36. L'indice moyen de sociabilité apparente de l'échantillon retenu est de 25,6.



Degré de sociabilité	HOMMES		FEMMES	
	Nombre	Consommation	Nombre	Consommation
Faible	40	4,3	49	12,4
Moyenne	131	6	151	13,3
Elevée	68	9,1	66	17,1

Tableau 4.9 : Sociabilité apparente et consommation téléphonique

On peut ainsi distinguer trois groupes d'individus selon leur degré de sociabilité : les personnes ayant une sociabilité plutôt faible (indice compris entre 12 et 21), celles ayant une sociabilité moyenne (de 22 à 28) et les individus à sociabilité élevée au delà.

La consommation téléphonique des individus augmente donc assez logiquement selon leur degré apparent de sociabilité. Entre les hommes les moins sociables et les plus sociables, la consommation téléphonique hebdomadaire varie de 1 à 2, alors qu'elle ne varie que d'environ 40 % dans le cas des femmes. On retrouve donc invariablement, cette moindre inélasticité de la consommation téléphonique des femmes à leur degré apparent de sociabilité lorsque l'on raisonne en terme relatif. On peut d'un autre point de vue remarquer que lorsque l'on passe des personnes les moins sociables aux individus les plus sociables, cela se traduit par un différentiel de 4 à 5 communications téléphoniques par semaine.

Disposant ainsi de trois indices apparents de sociabilité interne, externe et globale, il devient possible de caractériser la sociabilité de chaque individu et donc de déterminer une typologie des individus selon leur type de sociabilité.

#### 2.4 - Vers une typologie de la sociabilité des individus

Les principes d'opérationnalité, de transférabilité et de pertinence retenus pour l'élaboration des typologies réalisées auparavant ne sont plus à l'ordre du jour pour la construction de cette typologie de sociabilité. Ce travail est en effet très exploratoire ; il s'agit d'obtenir une typologie grossière permettant au minimum de différencier les niveaux de sociabilité les plus extrêmes et les structures de sociabilité différentes.

Pour réaliser cette typologie, il convient de tirer les leçons de l'analyse de la consommation téléphonique des individus qui semble indiquer qu'il est assez difficile d'organiser une typologie d'individu sans préalablement distinguer les trois catégories structurelles suivantes : les célibataires vivant seuls, les hommes et les femmes. La démarche que nous avons retenue a donc été de

distinguer au sein de ces catégories structurantes d'individus, différents niveaux de sociabilité, sachant par ailleurs qu'il convenait d'avoir dans chaque groupe d'individu défini des effectifs suffisamment significatifs.

Sauf pour les célibataires vivant seuls pour lesquels nous avons distingué les plus sociables (indice global de sociabilité) des moins sociables, nous avons été amené à privilégier la structure de sociabilité des individus à leur niveau global de sociabilité apparente. Cette démarche nous a conduit à distinguer cinq types de sociabilité apparente :

- une sociabilité externe faible ;
- une sociabilité externe moyenne mais une sociabilité interne faible ;
- une sociabilité externe et interne moyenne ;
- une sociabilité externe moyenne mais une sociabilité interne élevée ;
- enfin une sociabilité externe élevée.

On obtient donc ainsi douze types d'individus, dont deux types de célibataires vivant seuls, cinq types d'hommes et cinq types de femmes, selon le niveau et la structure de leur mobilité (cf. Tableau 4.10).

Types d'individus selon leur sociabilité		Nombre	Consomma. moyenne	Catégories sur-représentées
CELIBATAIRES	Sociabilité plutôt faible	23	12,83	
	Sociabilité plutôt élevée	45	18,87	
HOMMES	Soc. externe faible	42	3,60	50 % Ouvriers-Employés 26 % Retraités
	Soc. externe moyenne interne faible	33	5,06	33 % Cadres non standardistes 33 % Ouvriers-Employés
	Soc. externe moyenne interne moyenne	88	5,08	
	Soc. externe moyenne interne élevée	29	8,45	31 % Cadres standardistes 28 % Retraités
	Soc. externe élevée	27	9,52	48 % Cadres standardistes
FEMMES	Soc. externe faible	48	11,19	59 % C.S.P. Modestes 23 % Retraitées
	Soc. externe moyenne interne faible	25	10,44	56 % Actives
	Soc. externe moyenne interne moyenne	80	12,82	60 % Actives
	Soc. externe moyenne interne élevée	36	17,33	64 % Inactives
	Soc. externe élevée	29	15,79	49 % C.S.P. Aisées

Tableau 4.10 - Formes de sociabilité et consommation téléphonique

A travers cette typologie, on retrouve assez bien les effets liés aux différents degrés de sociabilité interne, externe et globale. La consommation téléphonique des hommes est relativement plus sensible à leur degré



de sociabilité externe, alors que la consommation téléphonique des femmes semble plutôt mieux corrélée à leur indice de sociabilité interne.

Cette typologie et les résultats auxquels elle conduit ne prend véritablement tout son sens que lorsqu'on la croise avec la typologie des individus que nous avons préalablement réalisée. Ces deux typologies ne sont bien évidemment pas indépendantes ; en d'autres termes, la sociabilité des individus dépend également de leurs caractéristiques socio-économiques.

Par exemple, il n'est pas surprenant que les hommes et les femmes ayant une sociabilité externe élevée soient pour l'essentiel rattachés à des C.S.P. aisées (cadres, professions libérales, patrons, ...). A l'inverse, les hommes et les femmes ayant une sociabilité externe plutôt faible sont principalement des personnes retraitées ou des individus rattachés à des C.S.P. modestes.

On démontre ainsi sans ambiguïté que les différentiels de consommation téléphonique entre les cadres et les employés-ouvriers s'expliquent bien, au moins en partie, par des formes et des niveaux de sociabilité, donc des réseaux de relation et plus généralement des modes de vie, contrastés. On saisit mieux également les différences existant entre les cadres "standardistes" et les cadres "non standardistes". Alors que 40 % des cadres "standardistes", ou plus exactement des cadres allant au moins parfois répondre au téléphone, ont une sociabilité externe ou interne élevée, seuls 10 % des cadres qui ne vont jamais répondre au téléphone ont des indices de sociabilité externe ou interne élevés. Si les premiers téléphonent plus de deux fois plus que les seconds, c'est sans doute en partie du fait de leur sociabilité très différente.

Faut-il en déduire pour autant que l'indice de sociabilité n'apporte finalement que relativement peu d'informations supplémentaires du fait de sa corrélation assez nette avec les caractéristiques socio-économiques classiques des individus (les femmes inactives ont une sociabilité apparente plus élevée que les femmes actives, les personnes rattachées à des C.S.P. aisées ont une sociabilité externe beaucoup plus élevée que les personnes rattachées à des C.S.P. modestes, ...) ? Certains résultats permettent de répondre par la négative à cette interrogation... fort heureusement !

Type d'individu Sociabilité	3	4	5	6	9	10	11	12	13
Externe ou Interne faible	5,2	4,1	3,7	4,7	12,1	9,9	23,7	11,1	5,8
Externe ou Interne élevée	10,5	8,2	6,9	8,0	14,2	13,6	24,2	18,6	11,25

- 3 - Homme actif aisé standardiste

4 - Homme actif aisé

5 - Homme actif modeste

6 - Homme retraité
- 9 - Femme active aisée

10 - Femme active modeste

11 - Femme inactive aisée

12 - Femme inactive modeste

13 - Femme retraitée

Tableau 4.11 : Consommation téléphonique de différentes catégories d'individu selon leur degré de sociabilité



Lorsque l'on compare des catégories d'individus homogènes au regard de leurs caractéristiques socio-économiques, les consommations téléphoniques, des personnes ayant une sociabilité externe ou interne élevée et des individus dont l'indice de sociabilité externe ou interne est faible, on remarque systématiquement un différentiel de consommation en faveur des personnes les plus sociables en apparence. Les cadres ayant une sociabilité plutôt élevée téléphonent ainsi en moyenne deux fois plus que les cadres ayant une sociabilité plutôt faible. Les retraités (hommes ou femmes), les ouvriers-employés connaissent les mêmes écarts. Compte tenu de la taille limitée de notre échantillon, les effectifs de chaque classe sont extrêmement limités. Cependant, les résultats nous semblent suffisamment stables pour admettre que l'on se trouve en face d'une tendance lourde.

Cela signifie tout simplement que les différences de consommation enregistrées par exemple entre les cadres et les ouvriers correspondent pour partie à leur niveau et structure de sociabilité différenciés, mais aussi que pour une même catégorie d'individu, les dispersions de consommation autour de la consommation moyenne sont au moins pour partie dues à leur degré de sociabilité. Ainsi, les quelques ouvriers ayant une sociabilité externe élevée ont-ils des consommations téléphoniques très proches de celles des cadres standardistes. De même, les femmes employées-ouvrières et les femmes au foyer rattachées à des C.S.P. modestes ont-elles des consommations téléphoniques tout à fait semblables à celles des femmes cadres et des femmes au foyer rattachées à des C.S.P. aisées.

En d'autres termes, les individus appartenant à une catégorie donnée qui se situent en marge des normes sociales, en l'occurrence des normes de sociabilité de leur propre groupe, et se rapprochent des normes de sociabilité d'une autre catégorie d'individu, ont une activité téléphonique qui se modifie jusqu'à s'identifier à l'activité téléphonique de cette dernière catégorie. Il y a là un phénomène bien connu en socio-économie de la consommation qu'il est intéressant de retrouver en matière de consommation téléphonique.

Si les niveaux et structures de sociabilité des individus induisent logiquement des niveaux de consommation téléphonique différenciés, il est intéressant de savoir s'ils induisent également des structures de consommation et des pratiques téléphoniques spécifiques.

### III - SOCIABILITE ET PRATIQUES TELEPHONIQUES DES INDIVIDUS

Dans quelle mesure les structures de consommation et les pratiques téléphoniques des individus se différencient-elles selon leur niveau et leur structure de sociabilité ? Pour répondre à cette question, nous étudierons les effets des différents degrés de sociabilité apparente sur :

- les structures de consommation des individus selon leur espace de relation téléphonique, ou en d'autres termes, selon les types de correspondants contactés ;
- les structures de consommation selon le contenu de leurs conversations téléphoniques.

Sur la base de cette double analyse, nous pourrons alors réaliser une synthèse autour de la typologie du trafic, afin de définir les pratiques téléphoniques dominantes correspondant à tel ou tel type de sociabilité.

#### I - DE LA SOCIABILITE A L'ESPACE DE RELATION TELEPHONIQUE

Le développement qui va suivre est à certains égards assez trivial. En effet, ayant défini des indicateurs de sociabilité interne, externe et global sur la base des différents réseaux et pratiques de relation sociale des individus, il serait somme toute assez logique de retrouver des espaces de relations téléphoniques structurellement différenciés en fonction de niveaux et de structures de sociabilité contrastés.

Derrière cette apparente tautologie méthodologique, qui s'arrête en fait à la médiation (déformation, amplification, ...) que peut opérer le téléphone sur les réseaux de relations sociales des individus, deux objectifs justifient cette démarche "triviale" :

- premièrement, vérifier l'opérationnalité relative des différentes catégories de sociabilité que nous avons retenues ;
- deuxièmement mesurer, évaluer et dimensionner les effets de ces catégories de sociabilité sur les structures par type de correspondant des consommations téléphoniques des individus.

L'indicateur de sociabilité apparente est relativement satisfaisant dans la mesure où il permet assez bien de distinguer des structures de relations téléphoniques contrastées, que ce soit chez les célibataires, les hommes ou les femmes (cf. schéma 4.5 ).

Les célibataires ayant un degré de sociabilité apparente plutôt élevé ont des pratiques téléphoniques principalement orientées vers leurs amis (49 %), alors que les célibataires qui ont un degré de sociabilité plutôt faible privilégient nettement les communications téléphoniques avec leur famille (47 %) sans doute parce qu'ils ont plutôt moins d'amis et de relations diverses.



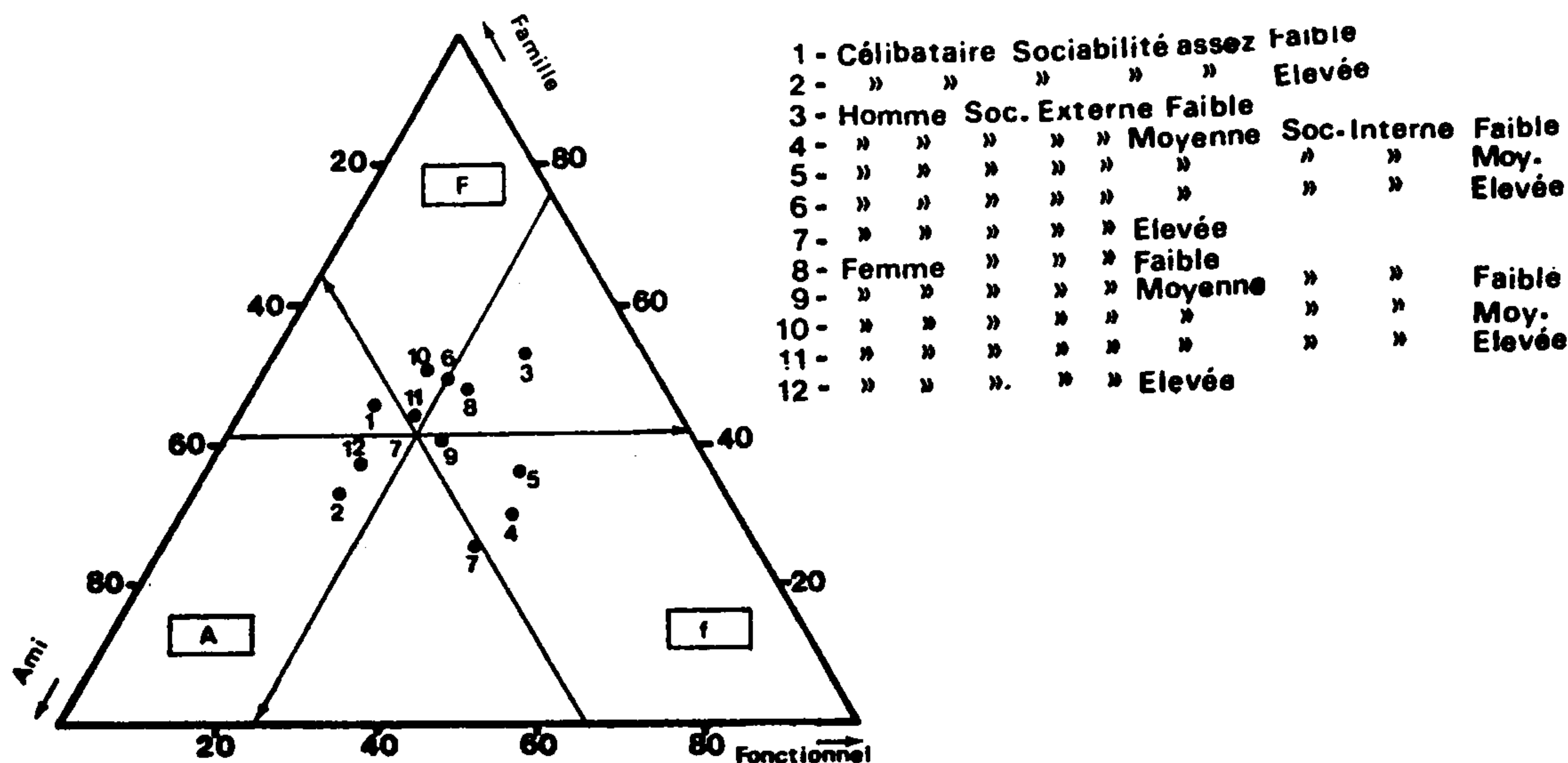


Schéma 4.5 : Sociabilité et espace de relation téléphonique

L'évolution générale des structures de consommation téléphonique des hommes et des femmes selon leur type de sociabilité confirme tout à fait ce que l'on vient d'observer pour les célibataires et permet d'apporter quelques précisions supplémentaires :

- les hommes, comme les femmes, ayant une sociabilité externe faible ont des structures de relations téléphoniques beaucoup plus familiales que les individus dont la sociabilité externe est élevée où les amis et relations tiennent une place privilégiée ;
- pour les personnes ayant une sociabilité externe moyenne, les structures de consommation par type de correspondant, se différencient assez bien selon leur degré apparent de sociabilité interne ; les individus ayant une sociabilité interne relativement faible téléphonent moins souvent à leur famille que les personnes dont la sociabilité interne est plutôt élevée ; la part relative des amis dans le trafic de ces individus est relativement stable quelque soit le degré de sociabilité interne ; en revanche la part relative du trafic avec les correspondants fonctionnels diminue lorsque le niveau de sociabilité interne augmente ;
- on vérifie également la moindre sensibilité des structures, comme des niveaux, de consommation téléphonique des femmes à leur type de sociabilité.

L'apport de l'indicateur de sociabilité est ici tout à fait intéressant et très complémentaire des résultats mis en évidence à l'aide des caractéristiques socio-économiques classiques des individus. En effet, alors que les caractéristiques socio-économiques des individus (C.S.P., sexe, activité, ...) permettaient surtout de différencier les réseaux de relation téléphonique selon un axe allant des réseaux les plus familiaux aux correspondants les plus fonctionnels, les types de sociabilité retenus permettent de compléter le raisonnement en différenciant les individus ayant les pratiques les plus familiales, des individus ayant les pratiques les plus amicales.

Ainsi, à l'aide des caractéristiques socio-économiques des individus et de leurs caractéristiques de sociabilité, on dispose des principaux déterminants permettant de comprendre la structure de consommation téléphonique dans cet espace de relation tridimensionnel (famille-amis-correspondants fonctionnels).



## 2 - LES RELATIONS SOCIABILITE-CONTENU DES COMMUNICATIONS

L'influence des différentes formes de sociabilité sur le contenu des communications téléphoniques des individus peut être évaluée en examinant successivement la structure de leur consommation selon la triple fonction du téléphone (discussion, information, gestion) et selon la triple affectation quotidienne des communications (vie active, vie sociale, vie privée).

### 2.1 - Interne comme Informer Externe comme Gérer

Si l'on ne retient que les seules communications émises par les individus pour lesquelles, rappelons-le, on dispose, d'une part, d'une meilleure définition du contenu et, d'autre part, du trafic spécifique (sans bruit) des individus, on remarque que des formes de sociabilité différentes entraînent des structures de consommation particulières entre la discussion, l'information et la gestion d'activités (cf. schéma 4.6 ).

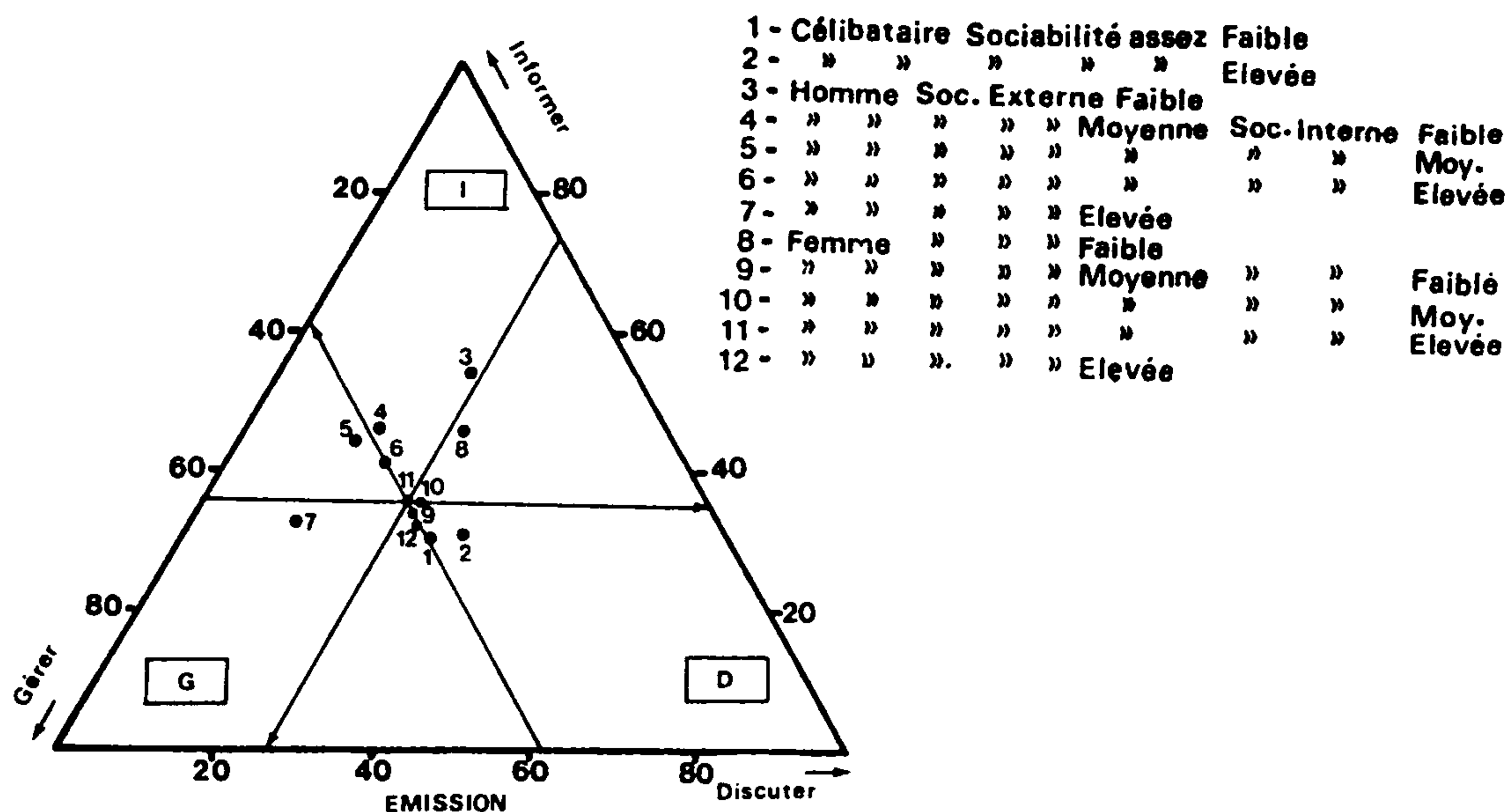


Schéma 4.6 : Sociabilité et fonctions du téléphone

Les individus caractérisés par une sociabilité externe faible privilégient assez nettement l'échange d'information à la discussion et à la gestion d'activités à distance. Ainsi, leur sociabilité externe assez faible se traduit-elle non seulement par une consommation téléphonique très modérée, mais aussi par la rareté relative de situations de gestion à distance d'activités communes.

Au regard de cette catégorie très spécifique, les communications des individus caractérisés par une sociabilité externe plutôt élevée se différencient très nettement. En effet, la gestion d'activités à distance devient ici la

fonction privilégiée dans l'usage du téléphone au détriment de la discussion et de l'échange d'information. Ces individus, disposant d'un réseau amical large et vivant, sortant souvent, ont en effet de nombreuses activités à gérer, dans la mesure notamment où elles se déroulent hors du domicile. Il n'y a donc rien d'étonnant à retrouver dans leurs pratiques téléphoniques, une trace significative de leur mode de vie.

Les individus caractérisés par une sociabilité externe moyenne se situent à mi-chemin des deux catégories précédentes. Leurs niveaux de sociabilité interne ne permet pas tellement de les différencier. Compte tenu du nombre d'individus caractérisés par une sociabilité externe moyenne (60 % de la population), cette incapacité à repérer des structures de consommation spécifiques à l'intérieur de ce groupe dénote sans doute les limites de la typologie retenue. Rappelons cependant que, quels que soient l'échelle d'observation (ménage, individu) et les déterminants retenus (socio-économiques, sociabilité), nous avons toujours éprouvé une certaine difficulté à repérer des structures de consommation très différenciées selon les actions dans la mesure où le noyau dur, la structure commune à l'ensemble des individus est assez élevée, ce qui n'est, par contre, pas le cas sur les buts recherchés ou les domaines de discussion.

## 2.2 - Faible comme vie privée Elevée comme vie sociale

Les relations entre formes de sociabilité et structures des consommation téléphonique selon les buts ou domaines sont tout à fait claires. Les individus caractérisés par une sociabilité externe faible ont des communications téléphoniques très nettement structurées autour de leur vie privée (de 60 à 72 %). En revanche, lorsque la sociabilité externe devient élevée, le trafic s'oriente de plus en plus nettement vers la vie sociale (de 40 à 50 %). Ainsi, dès lors que le foyer comme lieu et norme ne structure plus à lui seul la vie en société des individus, les problèmes et activités relatives à la vie privée s'effacent derrière la gestion d'activités relatives à la vie sociale. Par exemple, les hommes ayant une sociabilité externe plutôt faible téléphonent principalement pour leur activité professionnelle, leurs problèmes personnels, et leurs problèmes de santé, alors que les hommes ayant une sociabilité externe élevée téléphonent, certes pour leur activité professionnelle, mais aussi beaucoup pour leurs loisirs et invitations.

On retrouve la même tendance chez les célibataires ; la vie sociale prend une place croissante dans leur trafic téléphonique lorsque l'indice de sociabilité augmente. Pour les individus ayant une sociabilité externe moyenne, on constate également que la vie sociale prend une place croissante lorsque l'indice de sociabilité interne augmente.

Par ailleurs, au cœur même des communications relatives à la vie sociale, la répartition du trafic entre invitations et loisirs s'articule tout à fait bien à la représentation que l'on s'est donné de ces deux pratiques de sociabilité. Les individus hommes ou femmes caractérisés par une sociabilité externe faible n'ont pratiquement aucune communication relative aux loisirs, les invitations représentant l'essentiel de leur vie sociale. Dès lors que leur sociabilité



externe est moyenne, la part des communications relatives aux invitations et aux loisirs augmente en fonction de leur degré de sociabilité interne, les invitations restant en tout hypothèse plus nombreuses que les loisirs. Ce n'est que chez les individus ayant une sociabilité externe élevée que les loisirs occupent une place prépondérante relativement aux invitations dans leur vie sociale.

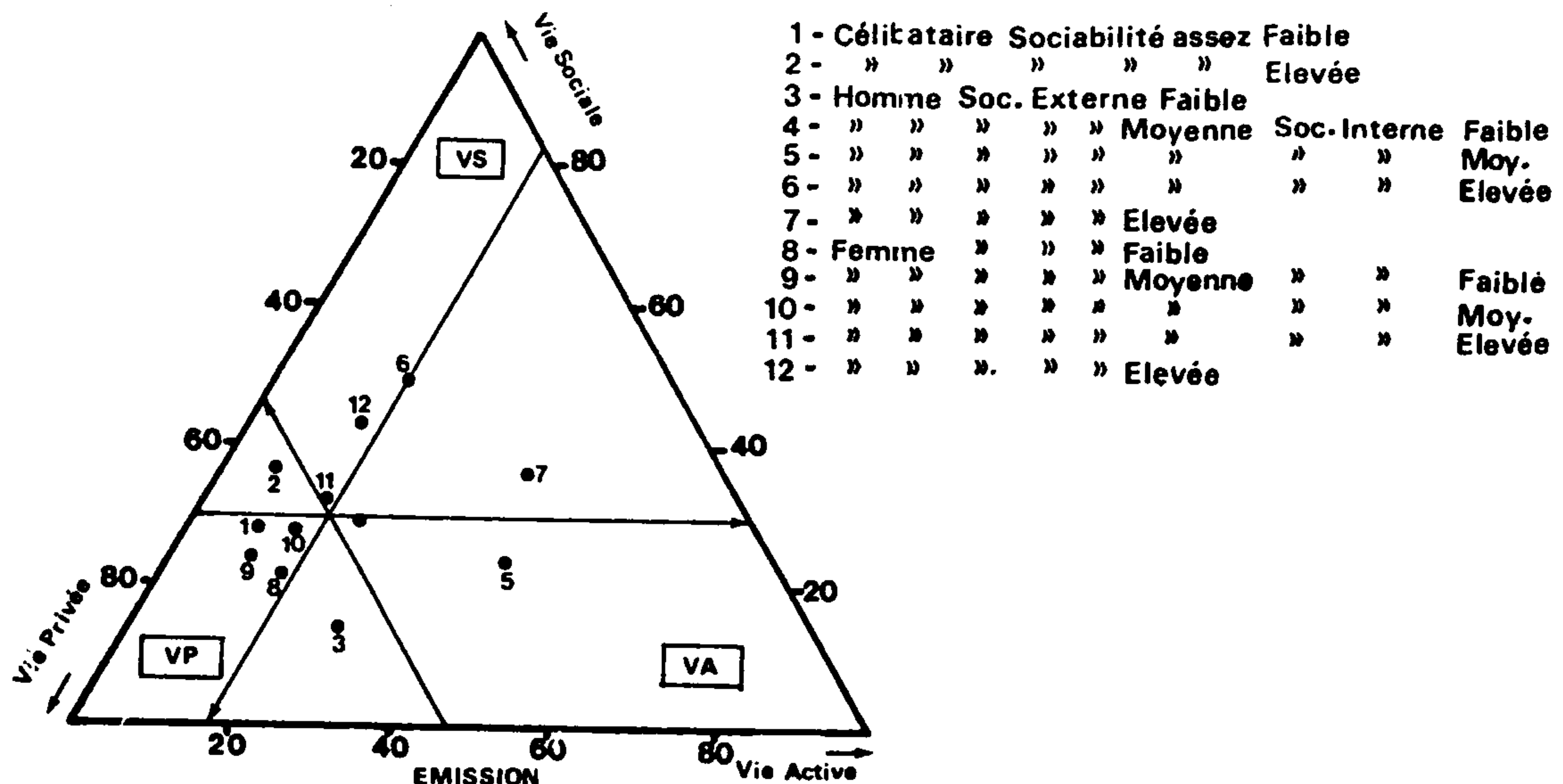


Schéma 4.7 : Sociabilité et affectation du trafic

Encore une fois, on ne fait que vérifier des résultats qui n'ont rien de contre-intuitifs mais, par delà cette cohérence, on vérifie plus fondamentalement :

- que les formes de sociabilité retenues dans le cadre de la typologie s'avèrent malgré leur simplicité de construction, assez pertinentes ;
- que l'usage domestique du téléphone est également un très bon outil d'analyse des caractéristiques de sociabilité des individus ; cela signifie, en d'autres termes, que le téléphone est si bien intégré à la vie quotidienne des individus que l'on y retrouve plusieurs traits dominants de leur mode de vie.

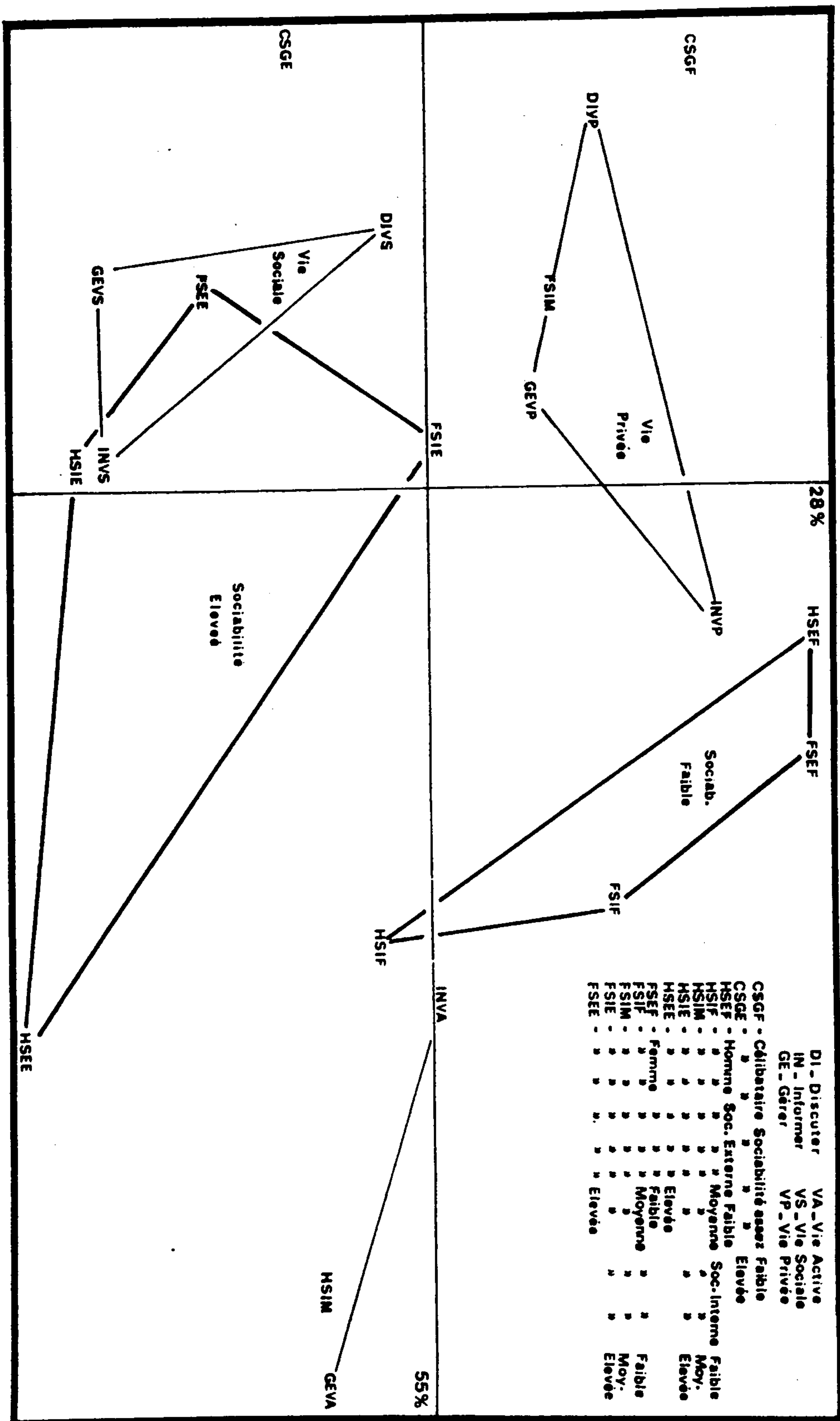
### 2.3 - Des formes de sociabilité, des motifs de communication

Une image synthétique de l'influence des différentes formes de sociabilité des individus sur le contenu de leur trafic téléphonique peut être donnée à l'aide de l'analyse factorielle des correspondances entre types de sociabilité et types de trafic (cf. schéma 4.8).

Le premier axe de l'analyse oppose assez clairement les communications relatives à la vie active, aux autres communications. Le deuxième axe de la représentation graphique permet de distinguer les communications relatives à la vie sociale et les communications relatives à la vie privée. Il est tout à fait intéressant de vérifier que lorsque l'on passe des unes aux autres, on passe



SCHEMA 4.8 Sociabilité et motifs de communication



très nettement des individus caractérisés par une sociabilité externe élevée aux individus ayant une sociabilité externe faible.

Il n'y a pas lieu ici de commenter à nouveau les pratiques structurellement différenciées des hommes et des femmes, mais d'examiner la traduction de différentes formes de sociabilité sur les pratiques téléphoniques des individus, indépendamment de leur sexe.

Les hommes et les femmes ayant une sociabilité externe faible ont des structures de communication assez proches principalement consacrées à des discussions et des échanges d'information relatifs à la vie privée. Leurs pratiques téléphoniques laissent peu de place à la vie sociale et à la vie active, d'autant que leur consommation téléphonique est faible.

De même le trafic téléphonique des hommes et des femmes caractérisés par une sociabilité externe moyenne et une sociabilité interne faible reste structuré par des activités ou des discussions relatives à la vie privée. En revanche, les individus caractérisés par une sociabilité interne ou externe élevée téléphonent plus que les autres et affectent très clairement une bonne partie de ce trafic supplémentaire à des communications relatives à la vie sociale, et notamment à la gestion d'activités de loisirs, à la préparation et à l'organisation de sorties, d'invitations, ....

Ainsi compte tenu de l'agrégation des deux pratiques de sociabilité différentes, comme les invitations d'un côté (interne) et les loisirs, sorties de l'autre (externe), au sein d'une même catégorie, la vie sociale, les structures de communication des individus selon les motifs d'appel dépendent beaucoup plus des niveaux de sociabilité que des structures de sociabilité. En fait, pour être tout à fait cohérent avec le double repérage de la sociabilité des individus, il aurait fallu distinguer les communications téléphoniques relatives à la vie sociale interne (invitation, mariage, naissance, ...) des communications relatives à la vie sociale externe (loisirs, sorties, ...) .

Malgré cette limite, les formes de sociabilité retenues restent tout à fait enrichissantes dans l'analyse des pratiques téléphoniques des individus car, elles permettent de mieux maîtriser et expliquer les comportements plutôt structurés par des discussions privées (sociabilité faible) des comportements plus tournés vers la gestion de la vie sociale (sociabilité élevée).

### 3 - PRATIQUES TELEPHONIQUES ET FORMES DE SOCIABILITE

A des formes de sociabilité différentes, correspondent des structures de consommation par correspondant et par motif elles-mêmes différentes. Selon le degré et la structure de sociabilité apparente d'un individu correspondra donc des pratiques téléphoniques, c'est-à-dire des niveaux et des structures de consommation spécifiques. Ainsi le téléphone domestique est non seulement un miroir déformant des structures sociales, mais il est également un miroir déformant des structures de sociabilité.

La question qui se pose alors est de savoir si, au regard de la



typologie du trafic téléphonique retenue (relationnelle, fonctionnelle), on retrouve des pratiques assez différenciées selon les formes de sociabilité des individus. Les résultats que l'on obtient lorsque l'on examine les structures de consommation téléphonique (fonctionnelle, relationnelle) des différentes catégories d'individus selon leur forme de sociabilité méritent plusieurs commentaires (cf. Tableau 4.12) :

TYPES	TOTAL						EMIS					
	R	Rf	Fr	F	PR	PF	R	Rf	Fr	F	PR	PF
1	47	3	11	39	50	50	37	3	10	50	40	60
2	41	8	7	44	49	51	41	9	8	42	50	50
3	37	2	14	47	39	61	39	2	13	46	41	59
4	29	7	9	54	36	64	22	7	10	61	29	71
5	22	10	13	55	32	68	17	10	11	62	27	73
6	23	13	16	48	36	64	22	10	20	48	32	68
7	14	11	11	64	25	75	13	9	12	66	22	78
8	39	6	9	46	45	55	42	5	8	45	47	53
9	33	7	13	47	40	60	34	7	10	49	41	59
10	39	11	8	43	50	50	35	10	8	47	45	55
11	33	9	13	45	42	58	32	9	9	50	41	59
12	33	11	9	48	43	57	30	11	9	50	41	59
TOTAL	34	9	10	47	43	57	32	9	9	50	41	59

R	=	Relationnel	1 - Célibataire	Sociabilité assez	Faible
Rf	=	Relationnel fonctionnel	2 - " " "	" " "	Elevée
Fr	=	Fonctionnel relationnel	3 - Homme	Soc. Externe	Faible
F	=	Fonctionnel	4 - " " "	" " "	Moyenne
PR	=	Plutôt Relationnel	5 - " " "	" " "	" " "
PF	=	Plutôt Fonctionnel	6 - " " "	" " "	" " "
			7 - " " "	" " "	Elevée
			8 - Femme	" " "	Faible
			9 - " " "	" " "	Moyenne
			10 - " " "	" " "	" " "
			11 - " " "	" " "	" " "
			12 - " " "	" " "	Elevée

Tableau 4.12 : Formes de sociabilité et pratiques téléphoniques

- premièrement, les structures de consommation que l'on obtient sont beaucoup moins différenciées que celles obtenues à l'aide des caractéristiques socio-économiques classiques des individus ;
- deuxièmement, cette inélasticité, toute relative, des structures de consommation des individus selon leur indice de sociabilité apparente est principalement marquante chez les femmes ; on retrouve ici très clairement le caractère assez fortement structuré des pratiques téléphoniques des femmes, qui assumant un trafic d'intérêt collectif, sont souvent standardistes, et ont de ce fait des comportements téléphoniques beaucoup moins souples que les hommes ;
- troisièmement, à des formes de sociabilité différentes correspondent des niveaux de consommation téléphonique différenciés ne se traduisant pas toujours

par des structures (synthétiques) de consommation spécifiques.

En se limitant à ces trois commentaires, on pourrait en déduire hâtivement que des formes de sociabilité différentes n'impliquent pas des structures relatives de trafic différenciées. On se heurte en fait ici à un problème méthodologique relatif à la taille de l'échantillon. En effet, pour traiter correctement de ce problème, il aurait fallu pouvoir examiner les pratiques téléphoniques des individus en croisant la typologie socio-économique (16 types d'individus) et la typologie sur la forme de sociabilité (5 types de sociabilité). Compte tenu de l'échantillon assez modeste sur lequel nous travaillons (505 personnes), cette opération s'avère impossible. On est donc condamné à comparer, confronter, distinguer des types très différenciés.

Ainsi, si l'on compare les pratiques téléphoniques des individus caractérisés par une sociabilité externe faible et les comportements des individus ayant une sociabilité externe élevée, on obtient des structures synthétiques de consommation téléphonique interprétables. Les individus (hommes ou femmes) à faible sociabilité externe ont en effet des pratiques téléphoniques relativement plus relationnelles (41 % et 47 % pour les hommes et les femmes) que les personnes caractérisées par une sociabilité externe élevée. Ces dernières ont des pratiques téléphoniques très fonctionnelles (78 % pour les hommes et 50 % pour les femmes) qui se comprennent parfaitement compte tenu de la propension de ces individus à sortir de chez eux donc à être en situation de gérer, de préparer, d'organiser ces sorties. Cette différence est cependant toute relative dans la mesure où, si l'on raisonne en nombre de communications, on constate que les hommes ayant une sociabilité externe élevée ont plus de communications relationnelles que les hommes caractérisés par une faible sociabilité externe.

Cela signifie d'abord que les premiers téléphonent plus que les seconds et ensuite que leur surconsommation se porte principalement sur des communications fonctionnelles liées à la gestion et à l'organisation de leur sociabilité externe. On retrouve, une fois encore, la même relation structurelle : le degré de fonctionnalité des pratiques téléphoniques des différentes catégories d'individus (hommes, femmes actives, femmes inactives) varie dans le même sens que leurs niveaux de consommation téléphonique. En d'autres termes, si les usages domestiques du téléphone étaient appelés à se développer dans l'avenir, on devrait assister à une fonctionnalisation croissante du trafic et du contenu des communications téléphoniques qui accentuerait la dérive déjà mise en évidence du téléphone comme moyen de communication, vers le téléphone comme outil de gestion de la vie quotidienne et de certaines formes de sociabilité.

Il en est du téléphone comme de bien d'autres technologies : ses fonctions évoluent et se modifient au delà d'un certain seuil d'utilisation jusqu'à la réduction, parfois à la portion congrue, de la fonction initiale que devait assurer cette technologie. Ainsi, par exemple, la pratique téléphonique des individus dont le niveau de sociabilité externe est plutôt faible est-elle caractérisée par une consommation elle-même assez faible où l'échange d'information et la discussion relatifs à la vie privée occupent une place prépondérante. Cette pratique s'oppose radicalement au comportement des individus caractérisés par une sociabilité externe élevée qui communiquent plus que les premiers et gèrent à l'aide du téléphone leur vie sociale et leur vie active.



### CONCLUSION

L'analyse des réseaux de relation et des formes de sociabilité des individus permet de compléter en de nombreux points les principales conclusions avancées à l'issue de l'étude des déterminants socio-économiques classiques des pratiques téléphoniques des individus. Le téléphone est non seulement un miroir déformant des structures sociales, mais aussi des structures de sociabilité des individus. Son utilisation, tant qualitative que quantitative, reflète le plus souvent la configuration des différents réseaux de relation des individus.

- 1 - Le téléphone déforme les réseaux potentiels de relation des ménages. Les réseaux téléphoniques de relation s'articulent principalement autour de la famille et des amis, à l'exclusion le plus souvent d'autres types de relation (voisins, association, collègues de travail, ...). Sur ces deux réseaux, le téléphone opère également comme un miroir déformant. Par exemple, si l'on retrouve la notion de famille restreinte à travers le réseau téléphonique de relation familiale, elle est sans doute amplifiée par le téléphone dans la mesure où les conversations téléphoniques familiales supposent une triple proximité : généalogique (liens de parenté), physiologique (sexe) et géographique (localisation). Au regard de la configuration des différents réseaux téléphoniques de relation, le téléphone n'opère apparemment aucun décroisement par rapport aux pratiques de sociabilité traditionnelles des individus.
- 2 - L'analyse des réseaux téléphoniques des individus permet de vérifier sans ambiguïté l'existence de deux modèles de base de l'usage du téléphone : un modèle féminin et un modèle masculin. Ces deux modèles se distinguent fondamentalement par les pratiques téléphoniques familiales qui représentent une partie très significative du trafic téléphonique. A l'exception de la vie associative, la place des femmes est le plus souvent centrale dans la gestion, l'organisation et la vie "à distance" des différents réseaux de relation d'un ménage.
- 3 - Les caractéristiques (taille, fréquence de rencontre, type de relation) des différents réseaux de relation des individus (famille, amis, voisins, association) sont en général des déterminants pertinents des niveaux de consommation téléphonique sectorielle (communications familiales, amicales, ...). En revanche, et paradoxalement, les caractéristiques des réseaux de relation les plus déterminants pour les pratiques téléphoniques des individus (famille, amis) ne permettent pas d'expliquer les différenciations de consommation téléphonique globale. Ce paradoxe désigne à l'évidence des processus de compensation, entre amis et famille par exemple, dans l'équilibre communicationnel des individus. A cet égard, les indicateurs annexes de sociabilité apparente (relation de voisinage, invitation, sorties, vie associative, ...) sont beaucoup plus opérationnels lorsqu'il s'agit de repérer et d'interpréter des niveaux de consommation différents.
- 4 - Les interactions entre réseaux de relation, formes de sociabilité et consommation téléphonique étant éminemment complexes, il convenait alors de définir une typologie grossière de la sociabilité des individus permettant à la fois de rendre compte de leurs niveaux et de leurs structures de socia-

bilité. La distinction entre sociabilité interne (le foyer, le domicile comme lieu et norme privilégiée de sociabilité) et sociabilité externe (degré de distanciation et d'émancipation par rapport à cette norme) se révèle tout à fait enrichissante, dans la mesure où elle permet de mettre en évidence et d'interpréter des niveaux de consommation différenciés. On vérifie ainsi qu'il y a une assez bonne corrélation entre les niveaux de consommation des individus et leur degré et structure de sociabilité. Cette corrélation est plus nette pour les hommes que pour les femmes qui ont des pratiques téléphoniques à l'évidence plus structurées, moins souples. Bien évidemment, les formes de sociabilité des individus sont en partie déterminées par leurs caractéristiques socio-économiques classiques, de sorte qu'à travers l'analyse de leur sociabilité on retrouve indirectement des variables telles que l'activité professionnelle, la C.S.P., l'âge, la position dans le cycle de vie.... Cependant il est fondamental de remarquer que pour une même catégorie d'individus, par exemple les ouvriers-employés, les consommations peuvent varier du simple ou double selon l'indice de sociabilité apparente.

- 5 - Les différentes formes de sociabilité des individus induisent non seulement des niveaux de consommation différents, mais aussi des structures de consommation contrastées. Ainsi, les individus caractérisés par une sociabilité externe faible ou élevée ont des pratiques téléphoniques radicalement opposées. Les premiers téléphonent peu, principalement à leur famille, afin d'échanger des informations relatives à la vie privée. Les seconds téléphonent beaucoup plus, leur trafic téléphonique est alors beaucoup plus diversifié, même s'il s'articule principalement autour de leurs amis avec lesquels ils gèrent à distance des activités communes, le plus souvent relatives à la vie sociale (invitation, loisirs, visites, sorties ...). Le trafic des seconds est alors beaucoup plus fonctionnel que celui des premiers.

Ces résultats qui n'ont encore une fois rien de contre-intuitif sont assez intéressants au regard de la maîtrise très partielle que l'on a de la sociabilité des individus et des indicateurs que l'on peut construire pour la repérer. Compte tenu du caractère exploratoire de cette démarche il est logique d'en tirer quelques renseignements méthodologiques pour l'avenir ...

Premièrement, il vaut mieux recueillir des pratiques de sociabilité que des ressources ou des potentialités de sociabilité pour différencier des individus. En ce sens, le questionnaire réseau de relation était sans doute trop articulé sur le repérage des réseaux potentiels de relation sociale des ménages. Deuxièmement, l'évaluation de la sociabilité des hommes et des femmes doit sans doute être réalisée à partir d'indicateurs, de pratiques différentes. A cet égard le questionnaire était trop orienté autour de l'évaluation de la sociabilité apparente du ménage. Enfin, il aurait été nécessaire d'avoir la possibilité de réaliser une typologie synthétique permettant de croiser les caractéristiques socio-économiques des individus et leurs caractéristiques de sociabilité. La taille de notre échantillon nous l'interdisait, mais on est en droit de le regretter lorsque l'on examine l'enrichissement analytique qu'apporte la distinction intuitive entre les cadres "standardistes" et les cadres "non standardistes", qui sont de fait deux catégories d'individus se différenciant par des degrés et structures de sociabilité contrastées.





## CONCLUSION

La question de l'articulation entre le développement d'une technique, en l'occurrence le téléphone, l'évolution d'un savoir-faire qui existe indépendamment de cette technique, à savoir la communication, et la société qui utilise cette technique et codifie ce savoir-faire, est restée présente, plus ou moins explicitement, tout au long de cette promenade dans les usages domestiques du téléphone.

Plus ou moins explicitement, car cette promenade n'a pu être proposée sans de nombreux détours méthodologiques permettant ici de réaliser des typologies, là de proposer des indicateurs synthétiques, ailleurs enfin de construire des catégories opérationnelles qui sont autant de repères jalonnant et donnant un sens à cette promenade. Encore faut-il rappeler que de nombreux détours parfois féconds, parfois improductifs, mais le plus souvent inexplorés, n'ont pas été, volontairement ou non, traités dans ce texte.

Plus ou moins explicitement encore, car la production de données qui a servi de support à cette pérégrination est d'une exigence telle que l'on passe souvent beaucoup de temps à réfléchir à un autre domaine d'application de la problématique technique savoir-faire et société portant cette fois sur l'articulation, informatique, analyse de données et société scientifique. Surtout lorsque l'on doit découvrir simultanément, selon les aléas de son propre itinéraire scientifique, l'informatique et l'analyse de données, puis s'efforcer alors de passer en quelques mois par les états d'âme successifs de l'esprit scientifique selon G. BACHELARD : de l'âme puérile ou mondaine à l'âme professorale puis ... à l'âme en mal d'abstraire.

Plus ou moins explicitement aussi, car cette promenade dans les usages domestiques du téléphone n'est pas destinée exclusivement à la seule communauté scientifique qui prend en charge cette problématique de l'articulation Science Technologie et Société. Sont aussi conviés à cette promenade l'ensemble des personnes, scientifiques de toutes disciplines, administratifs, ingénieurs, observateurs qui d'une manière ou d'une autre s'intéressent aux problèmes de communication et de télécommunication dans notre société. Nous voulions aussi que cette recherche leur soit utile.

Plus ou moins explicitement enfin, car la question de l'articulation entre le développement d'une discipline ou plutôt d'une problématique, en l'occurrence Science Technologie et Société, l'évolution d'un savoir-faire qui existe indépendamment de cette problématique, la connaissance scientifique, et la so-

ciété scientifique qui la produit, l'utilise et la codifie est restée tout au long de ce travail explicitement sans réponse faute de temps et d'investigation. Tout au plus peut-on dire, qu'en ce qui nous concerne, tout discours, y compris tout discours technique et scientifique, sur la technique ou la science qui ne manifesterait aucun état d'âme sur l'articulation Science Technologie et Société, serait soit très mondain soit très professoral. La problématique Technique, Savoir-faire et Société est un état d'esprit, voire une condition d'un état de l'esprit scientifique.

C'est dans cet état d'esprit que nous avons proposé cette promenade dans les usages domestiques du téléphone, tout en précisant que la problématique que nous avons retenue visait plus à évaluer les effets de la société, des structures sociales, sur l'utilisation d'une technique, le téléphone, que les effets du téléphone sur la société et les structures sociales.

Ce nouveau détour nous ramène de l'état d'esprit à l'objet de cette recherche dont il convient de présenter les principes conclusions autour de l'articulation téléphone communication et société.

## 1 - TELEPHONE ET COMMUNICATION

On touche ici à l'articulation entre le développement d'une technique et l'évolution d'un savoir-faire, entre la généralisation du téléphone et l'évolution de la communication. Nous nous sommes, au cours de cette étude, posés deux questions relatives à ce thème : le téléphone est-il un moyen de communication ? la communication téléphonique est-elle une communication ?

On ne peut répondre à l'une sans répondre à l'autre, la seule solution est de répondre aux deux questions simultanément, sachant que quiconque n'aura pas lu ce qui précède trouvera ces interrogations saugrenues, tant la réponse semble évidente. Et pourtant, plusieurs résultats nous permettent de penser que le téléphone est, avant d'être un moyen de communication, un outil de gestion et que la communication téléphonique domestique est, avant d'être une communication, un échange d'information. Dès lors, si l'on assimile l'échange d'information à la communication, l'outil de gestion devient moyen de communication, et tout retombe sous le sens commun.

Lorsque nous avons été amenés à distinguer les communications fonctionnelles des communications relationnelles, nous avons pris le parti inverse, afin de différencier la communication, non pas comme technique d'échange entre deux individus mais comme norme de relation, de l'échange d'information ou de la gestion d'activités. L'usage domestique du téléphone étant plus fonctionnel que relationnel, le téléphone est donc principalement un outil de gestion d'activités relatives à la vie quotidienne. Comme technique, le téléphone est bien un moyen de communication, comme technique socialisée, le téléphone est d'abord un outil de gestion.

Si l'on réduit la communication à l'échange d'information, la communication téléphonique est une communication qui a souvent été présentée comme semblable et différente d'une autre communication interactive. Semblable,



car on considère généralement que la communication téléphonique est un simple prolongement de la communication face à face. Différente puisque la représentation spatio-temporelle de la communication téléphonique est celle d'une communication sans distance et instantanée, donc de l'ubiquité. En fait, les conclusions auxquelles nous parvenons à l'issue de l'analyse des communications téléphoniques visent à renverser cette représentation sociale.

La communication téléphonique semble très différente de la communication face à face (en dehors du seul transfert de la voix), car elle est très brève, et, ceci expliquant cela, car son contenu est sans doute très différent. En revanche, les caractéristiques spatio-temporelles des communications téléphoniques sont assez proches, à quelques déformations près, de la communication face à face. L'espace des communications à distance est en effet celui de la proximité ; le temps des communications téléphoniques est celui des fréquences de relation. L'espace-temps n'est pas gommé par le téléphone puisque l'on consomme et l'on gère de l'espace et du temps à travers les communications téléphoniques.

## 2 - TELEPHONE ET SOCIETE

Là encore le discours dominant, ou peut-être encore plus l'absence de discours, ont fait du téléphone une technologie douce et socialement neutre. Cette représentation s'est sans doute renforcée lorsque le téléphone fût banalisé et devint un bien de consommation courante. Dès lors que la différenciation sociale ne se faisait plus sur le branchement des ménages au réseau, l'indifférenciation sociale devenait la règle. C'est oublier qu'à partir d'un certain degré d'accessibilité, les différenciations sociales ne se font plus sur l'acquisition d'une technique, mais sur son utilisation.

Quand bien même certains observateurs ont eu à l'esprit cette remarque, les données disponibles sur l'utilisation domestique du téléphone ne permettaient pas de mettre à jour d'importantes différenciations de consommation téléphonique. Nous pensons avoir montré qu'il n'y a là rien de très étonnant puisque les données disponibles portent sur les consommations téléphoniques des lignes principales exprimées en nombre de taxe de base, soit une entité d'observation guère pertinente (le ménage) et une unité de mesure de l'usage du téléphone très imparfaite (la taxe de base).

Dès que l'on passe de la taxe de base à la communication, comme unité de mesure, et du ménage à l'individu, comme unité d'observation, la neutralité sociale du téléphone ne résiste pas à l'analyse, puisqu'il fait l'objet de niveau et de structures de consommation assez différenciées. Les pratiques téléphoniques domestiques s'avèrent être un miroir, certes déformant, mais tout à fait symbolique, de certaines structures sociales.

Les pratiques téléphoniques très différentes des hommes et des femmes, des actifs et des inactifs, des plus jeunes et des adultes, des C.S.P. aisées et des C.S.P. modestes, des célibataires vivants seuls et des autres individus en témoignent. Pour se limiter au résultat le plus marquant, on retrouve au niveau des pratiques téléphoniques, une des inégalités parmi les plus structu-



ranter de notre société : l'inégalité des sexes. On pourrait penser a priori que cette inégalité joue en sens inverse, puisque les femmes téléphonent en moyenne deux fois plus que les hommes, qu'elles soient actives ou inactives, et qu'elles ont de plus des pratiques généralement plus relationnelles.

Nous avons développé une toute autre lecture des différences de comportement téléphonique des hommes et des femmes, qui nous a ramené à une interprétation assez proche des analyses que l'on peut mener sur la division des rôles en ce qui concerne le travail ménager. L'homme lave sa voiture, la femme lave la vaisselle ; l'homme passe ses coups de fil, la femme passe les coups de fil...

Cela dit, les différenciations sociales dans l'usage du téléphone ne portent pas seulement sur le nombre de communications, mais aussi sur les structures de consommation téléphonique. Nous avons pu ainsi mettre en évidence cinq pratiques téléphoniques dominantes, le téléphone-outil des hommes actifs, le téléphone contre-poids des célibataires, le téléphone mixte des plus jeunes, le téléphone cordon ombilical des femmes inactives et le téléphone dans tous ses états des femmes actives. Ainsi, le téléphone s'intègre-t-il largement dans les structures sociales existantes plus qu'il ne les modifie. Si le téléphone est devenu nécessaire et indispensable pour la grande majorité des individus, c'est sans doute beaucoup plus parce que l'évolution de la société l'a rendu indispensable, que parce qu'il s'est rendu "lui-même" indispensable à la société.

### 3 - (TELE) - COMMUNICATION ET SOCIETE

Dès lors que l'on glisse d'une problématique du téléphone comme moyen de communication socialement neutre, à une problématique du téléphone comme outil de gestion socialement différencié, l'avenir de la communication dans une société où se multiplient et se démultiplient les technologies de communication devient une question centrale. C'est bien en effet sur les processus de communication dans la société que le développement de la télécommunication nous interroge, car le téléphone est sans doute la technique la plus "douce" (accessible, interactive, interpersonnelle, ...) de la panoplie des technologies de la communication.

Le système de communication dans nos sociétés développées est d'ores et déjà marqué par la place croissante des communications à distance. On peut en effet distinguer pour l'essentiel quatre types de communication : la communication aléatoire (rencontre fortuite de deux individus), la communication par déplacement, la communication à distance, et la communication écrite (courrier). L'évolution relative de chacun de ces types dans la sphère de la communication est un indicateur fondamental de la structure d'un système de communication. Le concept de substitution relative de la communication à distance aux autres formes de communication rend à notre sens assez bien compte de cette évolution, de même que le concept de substitution relative du capital au travail rend assez bien compte de l'évolution du système de production.

De nombreux indicateurs permettent de mettre en valeur la part croissante de la communication à distance dans la sphère de la communication.

Le concept de substitution relative ne signifie pas que le volume de communication face à face diminue par exemple, mais que sa part relative dans le système de communication se réduit.

Déjà le téléphone a, semble-t-il, au regard des informations dont nous disposons à l'issue de l'enquête, réduit à la portion congrue l'échange de courrier interpersonnel. Lorsqu'un mode de communication de ce type tombe en désuétude, c'est tout un pan de la communication qui s'effrite. De même, le téléphone se substitue-t-il à certaines rencontres face à face. Si l'on s'en tient exclusivement aux communications urbaines, 25 % des communications téléphoniques remplacent des rencontres face à face alors que 5 % induisent des rencontres prévues, soit un solde net de 20 %. Le téléphone assure d'ores et déjà l'essentiel des communications professionnelles. Les dépenses des ménages consacrées aux communications à distance augmentent plus vite que les dépenses de transport.

Si l'on admet ce concept de substitution relative, on ne peut éviter la question suivante : quelle peut être l'efficacité d'un système de communication où la communication électronique occuperait une place de plus en plus importante par rapport à la relation face à face ?

Il n'est pas question ici de répondre à cette question, tout au plus peut-on indiquer quelques pistes de réflexion. Pour certains auteurs, le développement de la communication médiatisée serait une libération de l'homme captif de la communication face à face. Par de tels raisonnements la porte est ouverte à l'excommunication de la relation car la communication est avant tout le lieu de l'aléatoire, du fortuit, de l'imprévu, de l'improbable. Le phénomène certes éphémère des "citizen band" est caractéristique d'une société où la rareté communicationnelle, la solitude, l'attrait pour la technique, poussent les individus, sous couvert de solidarité, à privilégier une communication médiatisée, codée, jusqu'à s'enfermer dans une coquille véhiculaire, hermétique par définition, afin de mieux communiquer. La bataille pour le libre accès des ondes a été assimilée à une lutte pour la liberté de communication, alors qu'elle n'est que la liberté, certes fondamentale, d'émettre et de recevoir.

De manière encore plus quotidienne, sommes-nous certains que le téléphone soit un moyen de communication permettant aux individus de communiquer n'importe où, n'importe quand, avec n'importe qui ? Le téléphone n'est-il pas plutôt un substitut à des réseaux de relation familiaux ou amicaux écartelés du fait de la mobilité résidentielle et professionnelle des ménages ?

Il convient donc d'être très méfiant à l'égard des discours, imprégnés de l'idéologie technicienne, qui identifient le développement des nouveaux moyens de communication et de la part des communications électroniques à l'avènement d'une société conviviale ou relationnelle, d'une société de l'abondance communicationnelle. Si l'abondance matérielle promise par la révolution industrielle s'est souvent limitée à la transformation de l'ensemble des productions humaines en marchandises, il est à craindre que l'abondance communicationnelle qui nous est promise ne cache que la réduction de la communication en information, et la transformation de l'information en marchandise.

Tout un pan de la communication est en train de se transformer. On y trouve de moins en moins les interlocuteurs classiques de la communication, l'émetteur et le récepteur, et de plus en plus des agents économiques, les

producteurs d'information et les consommateurs d'information. On oublie la valeur d'usage de la communication pour développer des échanges marchands d'information. La politique de développement des nouveaux services de la télématique domestique ne va-t-elle pas dans ce sens ?



## BIBLIOGRAPHIE

- ARNAL N. et VILMIN E. "Le téléphone dans l'équipement des ménages" in la Revue Française des Télécommunications, n°42, Janvier 1982.
- BACHELARD P. "Flux téléphonique et influence urbaine : l'exemple de la région du centre" in Espace géographique n°2, 1972.
- BARDIN L. "Images et usage du téléphone". Document DGT/SPAF/IRAP.
- BAUDRILLARD J. "La société de consommation", Gallimard, Paris, 318 p., 1974.
- BORNOT F., CORDESSE A. "Le téléphone dans tous ses états", Editions Actes-Sud, 1981.
- CLAISSE G. "Transports et Télécommunications : les ambiguïtés de l'ubiquité, Presses universitaires de Lyon, 253 p., 1983.
- COURGEAU D. "Les réseaux de relations entre personnes. Etude d'un milieu urbain" in Population n°2 Mars-Avril 1975
- COURSON J.P. "Les ménages n'auront plus de chef", in Economie et Statistiques n°149, Novembre 1982.
- COZANET E. "A summary of french PTT demand and traffic forecasting models, DGT-SPAF.
- CURIEN N, PERIN P. "La communication des ménages" in Futuribles, Avril 1983.
- DUPUY G. "Le téléphone et la ville" in Annales de géographie, Juillet 1981.

- FORSE M. "La sociabilité" in Economie et Statistiques n°132, Avril 1981.
- GIRAUD A., MISSIKA J.L., WOLTIN D. "Les réseaux pensants, télécommunication et Société", MASSON, CNET ENST, Paris, 1978.
- HANNERZ U. "Explorer la ville", Editions de Minuit, Paris, 1983.
- HUET S. "Le téléphone en milieu rural" in Les Réseaux pensants, MASSON, CNET-ENST, Paris, 1978.
- LE ROCH DELUPY I. "La téléconvivialité à Montpellier" in Bulletin de l'Idate, Juin 1981.
- MERCIER P.A., PLASSARD F., V. SCARDIGLI "La société digitale : les nouvelles technologies au futur quotidien", le seuil, Coll. Sciences Ouvertes, 217 p., 1984.
- METAYER G. "La société malade de ces communications", Dunod, 1986.
- MOLES A. "Micromegas au pays du téléphone" in Revue Télécommunications n°34.
- MOLES A. "Communication et Société, une théorie structurale", Ronéotype (à paraître aux Editions CNET-ENST).
- PERIN P. "Usage des médias inter-personnels dans l'espace de la communication privée", DGT/SPAF.
- PINAUD Ch. "Entre nous des téléphones", Editions INSEP, 291 p., 1985.
- ROY C. "La journée des citoyens" in Economie et Statistiques n°158, Septembre 1983.
- ROY C., ROUSSE H. "Activités ménagères et cycles de vie" in Economie et Statistiques, n°131, Mars 1981.
- DE SOLA POOL I. "The social impact of the telephone", MIT Press, Cambridge (Mass), 1977.
- VASSE D. "L'inconscient et le téléphone" in Revue française des Télécommunications n°25, Octobre 1977.



VINCENT P.

"A chacun ses rencontres. Une approche de la sociabilité dans quatre quartiers de l'agglomération nantaise", Dossiers statistiques, Juillet 1984, INSEE, Direction régionale de Nantes.